الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التربية الوطنية

كتابة الدولة للتعليم العالي

جامعة الجزائر
معهد العلوم الإقتصادية

رسالة ماجستير
في العلوم الإقتصادية

فرع : التسيير

دراسة نظم توزيع الجملة للخضر والفواكه في الجزائر
1962 - 1990

إعداد : بن ذيب عبد الرشيد

إشراف : الأستاذ جاري محمد الصغير
أستاذ محاضر
بمعهد العلوم الإقتصادية.

لجنة المناقشة :

الدكتور بن معروف عبد القادر رئيسا
الدكتور جاري محمد الصغير مقررا
الدكتور بوكلة مراد عضوا

السنة الجامعية 1991 - 1992

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿... وقل ربّ زدني علما ...﴾

«صدق الله العظيم»

مقدمة عامة :

نظرا لقلة توفر الأبحاث المتخصصة في ميدان توزيع الخضر والفواكه فإن الإصلاحات المتتالية، للقطاع قد تميزت بالطابع الإرتجالي، الأمر الذي أدى الي بروز بوادر الفشل الذاتي للأجهزة نفسها، وإلى الخلل الدائم في أداء وظيفتها نحوالإقتصاد الوطني والمجتمع.هل يرجع السبب إلى التذبذب في الإنتاج؟أم إلى عدم التحكم في التسيير الإداري؟ أم إلى أثر التنافس بين التخطيط و حرية السوق؟

1 - لقد تميزت مختلف منتجات الخضر والفوكه بالندرة بصورة متزايدة منذ منتصف السبعينات، واستمرت على هذه الحال إلى غاية الثمانينات؛ حيث تزايد الطلب عليها وازدادت ظاهرة الطوابير على هياكل التسويق الحكومية للتجزئة آنذاك، لكون الأسعار التي كانت تقترحها هذه الأخيرة في متناول أغلب الفئات الإجتماعية من جهة؛ كما أنها هي المؤهلة للقيام بعملية الإستيراد في حالة عجز الإنتاج الوطني عن تلبية الإحتياجات الوطنية للإستهلاك من جهة أخرى. وخاصة بالنسبة للمنتجات ذات الإستهلاك الواسع، حيث تنفق مبالغ هامة بالعملة الصعبة، كان من المفروض توجيهها للإستثمار؛ وبصورة متزايدة، أصبحت هذه النفقات، تشكل عبئا حقيقيا على ميزانية الدولة.

2 - لقد أضحت هذه الوضعية مزمنة؛ واستمرت إلى غاية الثمانينات. الأمر الذي قاد السلطات السياسية آنذاك إلى إثارة نقاش وطني واسع حول موضوع القطاع العمومي الزراعي بشقيه الإنتاجي والتوزيعي؛ حيث دارالحوار بين المنتجين وموزعي الجملة لإبراز الأسباب الحقيقية لتردي وضعية القطاع الزراعي بصورة عامة .

3 - أظهرت خلاصة تقييم القطاع،أن عوائق كثيرة متواجدة في مستوى دائرة الإنتاج وبنفس الدرجة - إن لم يكن أعمق من ذلك - في مستوى دائرة التوزيع . الأمر الذي جعل السلطات العمومية تنتهج سياسة تحكيم توفيقية بين الدائرتين لتحقيق النجاعة المطلوبة فعلى هذا الأساس، ولتسليط الضوء على الموضوع ،

إرتأينا أن نتعمق في مفهوم التوزيع من خلال تحديد موضوعنا المتمثل في بحث توزيع الجملة باعتباره حلقة مؤثرة بصورة مباشرة على الإنتاج من جهة، وعلى توزيع التجزئة من جهة أخرى. ولتوخي العلمية في بحث الموضوع، إرتأينا أن تكون الدراسة شاملة لكل من المراحل التنظيمية للقطاع الخاص أو الإشتيراكي التي ظهرت منذ الإستقلال إلى يومنا هذا.

- المحتوى العام لهذا البحث:

لقد حاولنا التركيز على مختلف التنظيمات التى عرفتها الفترات الزمنية، وحددنا النظرية العامة للأظمة كإطار منهجي لها، باعتبارها المرجع الأساسي لتحليل كل نظام. وهي تسمح كذلك بتكييف معالجة الموضوع في إطارها، وإمكانية تحليل مختلف المراحل بنفس الأدوات النظرية، نظرا لما تتميز به هذه النظرية من خصائص ، من شأنها أن تعطى الإطار العام لتحليل كل نظام، بترتيب عناصره الأساسية المتعلقة بالهدف، البنية، النشاط، التقييم؛ ومن ثم، ترك الحرية للكاتب في اختيار مايناسب موضوعه، حتى يمكنه مقارنة مختلف مراحل تطور الأنظمة فيما بينها؛ وذلك قصد استخلاص النتائج المتعلقة بسير نشاط الأنظمة التي سادت منذ الإستقلال، وما تضمنته من إيجابيات وسلبيات في إطار تحقيق الأهداف التي وجدت من أجل تحقيقها و استخلاص ما أمكن من نتائج . واستنادا لذلك، يمكن تحديد تصور لما سيكون عليه نظام توزيع الجملة للخضر والفواكه مستقبلا .

منذ الإستقلال والجهود منصبة في البحث عن الطرق المثلى لتنظيم النشاط الزراعي بشقيه الإنتاجي والتوزيعي، وفق أسس مستمدة من مواثيق ثورة التحرير، ومن الواقع الذي أصبحت تعيشه الجزائر غداة استقلالها، من خلال الجانبين، السياسي و الإقتصادي .

إن الجانب السياسي يتعلق بالنهج الذي أصبحت تتبعه الجزائربعد الإستقلال، والذي كان مستلهما من مواثيق ثورة التحرير، كميثاق طرابلس، ومؤتمرالصومام، وغيرهما. فكان الإختيارالإشتراكي عبارة عن تجسيد لأهداف الثورة على الواقع الإجتماعي. أما الجانب الإقتصادي فيتعلق بتحقيق الملكية الإجتماعية لوسائل الإنتاج؛ وذلك على إثر رحيل المعمرين وترك أراضيهم شاغرة، وتاميمها من طرف الدولة، وتنظيم إستغلالها وفق النهج الإشتراكي الذى إعتمد كاساس للنظام الإقتصادي والإجتماعي في الجزائر.

من ذلك ، استدعت الضرورة إلى إستحداث تنظيم للتوزيع، من شانه أن يواكب تنظيم الإنتاج الإشتراكي . فكان أولها الديوان الوطني للتسويق(ONACO) ، ثم الديوان الوطني للإصلاح الزراعي في 1963، ثم الإتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية للتسويق (UNCAC) في 1966، لينتهي هذا التنظيم بإنشاء الديوان الجزائري للخضروالفواكه في 1969 حيث بدأ تنظيم آخر في ظل الديوان الجديد ، الذي يتميزبتغيرات هامة في تنظيم هياكله، ساهمت في تنمية توزيع إنتاج القطاع الإشتراكي، من خلال الفصل بين وظيفة الإنتاج ووظيفة التوزيع؛ لكنه مالبث أن تراجع نشاطه إلى أن أعيد تنظيمه في إطارتنظيم التوزيع الإشتراكي الشامل.

وتجدرالإشارة إلى أن الفترة مابين الحصول على الإستقلال و 1974 تميزت بوجود نظامين متميزين للتوزيع. فعلاوة على مرحلتي تنظيم التوزيع الإشتراكي اللتين سادتا خلال تلك الفترة، نجد نظام توزيع الجملة الخاص أيضا، والذي هو موازيا لهما.

ويمكن القول أنه إذا كان النظام الأول حديث العهد بالإستقلال، فإن الثاني ترجع نشأته إلى فترة الإحتلال الفرنسي؛ وقد استمر هذا النظام بنفس التنظيم وأساليب العمل، وطرق التوزيع التي ورثها عن النظام الفرنسي إلى غاية 1974، تاريخ إعادة النظر في تنظيم توزيع الخضروالفواكه بصورة جذرية وشاملة بعد توقيف العمل بنظام توزيع الجملة للقطاع الخاص بصورة نهائية، والإبقاءعلى نظام التوزيع الإشتراكي؛ حيث يتكون بدوره من نظام تعاوني يتمثل في التعاونيات الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات(CAPCS) والتعاونيات الولائية للخضروالفواكه (COFEL) . كما يتكون أيضا من نظام حكومي يتمثل في الديوان الجزائري للخضروالفواكه. لقد تميز التنظيم الشامل للتوزيع بآداء مهام محددة لغرض إنجاز أهداف ضمن استراتيجية جديدة، ذات طابع سياسي واقتصادي واجتماعي لم تألفهامراحل التنظيم السابقة. وبالرغم من ذلك، إستمرالتنظيم في الوجود باعتباره مرحلة أخرى من مراحل تنظيم التوزيع الإشتراكي متيزة بتنظيمها وهياكلها إلى غاية 1980، معلنة بداية مرحلة جديدة من مراحل تنظيم توزيع الجملة للخضروالفواكه تتميز بتحرير السوق. ومن ثم، العودة للعمل بالنظام المزدوج الخاص منه والعام؛ وهذا إلى غاية 1990 والتي تعتبرآخر مرحلة من مراحل تنظيم توزيع الجملة للخضر و الفواكه .

من خلال هذا العرض السريع لتطورمراحل تنظيم توزيع الجملة

للخضروالفواكه، نجد أن تقسيم هذه المراحل لم يكن ليتم على أساس زمني فحسب، بل تم على أساس تنظيمي. والدليل على ذلك، أن الفترة مابين 1962 و 1974 كانت قد شملت نوعين من التنظيم، خاص وعام. والتنظيم العام، بدوره شمل نوعين. يمكن إعتبار المرحلة الأولى من بداية الإستقلال إلى سنة 1969 ؛ أما الثانية تمتد من سنة 1969 إلى غاية 1974 ؛ ثم مرحلة تنظيم أخرى إلى غاية 1980 ، ومن ذلك إلى غاية 1990 ،وهي آخرمرحلة تنظيمية.

وفي إطار هذه المراحل التنظيمية تميز قطاع توزيع الخضروالفواكه بعدم االإستقرارفي التنظيم والتسيير،خاصة على مستوى الجملة. مما أثر سلبا، ليس فقط على دائرة الإنتاج فحسب، بل على دائرة الاستهلاك أيضا. فصارت تنسب إليه جميع النقائص التي يشهدها قطاع الإنتاج الزراعي. الامرالذي جعله يتميز بطابع سياسي. وضرورة البحث في إيجاد الحلول له من الإهتمامات الاساسية للسلطات السياسية.

وفي غمرة تحولات هذا التنظيم، حاولنا الإجابة عن جملة من التساؤلات التي تتعلق بكيفية نشاة كل تنظيم على حده ؛ ما هي مكوناته البنيوية ؟ ؛ والخصائص النوعية التي تتميزبها كل مرحلة تنظيم ؟ ؛ وما الأهداف التي يمكن أن تتحقق في ظل كل تنظيم؟ وكيف تطورت هذه التنظيمات باعتبارها أنظمة قائمة بحد ذاتها؟ ؛ ومن ثم ،كيف تزول وتحل محلها أنظمة أخرى ؟.

سنحاول الإجابة عن هذه التساؤلات بالنسبة لكل مرحلة من المراحل التنظيمية لتوزيع الجملة للخضروالفواكه، في إطارمنهجية النظرية العامة للأنظمة. وأن تطبيق هذه النظرية على نظام توزيع الجملة للخضروالفواكه في الجزائريقتضى منا تحليل الموضوع من الجانبين، النظري، والتطبيقي.

- البنية العامة لهذا البحث:

فالجانب النظري يختص في الفصل الأول، بالتعريف بنظام توزيع الجملة للخضروالفواكه؛ ويتعلق الامربتحليل المفاهيم الأساسية لنظرية النظم، بالوقوف عند أصل كلمة «نظام » والتطورالذي عرفه هذا المفهوم ، وكيف أصبح يشمل جميع مناحي المعرفة العلمية، وأساس تطورها، وذلك في إطار مايسمى بالنظرية العامة للأنظمة . ثم محاولة تجسيد هذا النظام في إطارنشاط التوزيع، ضمن الخصائص العامة لنظام التوزيع.

إن نشاة نظام التوزيع لم تكن وليدة حالة ظرفية منعزلة، بل كانت نتيجة

عملية تاريخية أدت إلى تطورالمجتمعات الإقتصادية والعلاقات بين الأفراد؛ وكذلك نتيجة التقسيم الاجتماعي للعمل وزيادة التخصص، مما أدى إلى ظهورمفهوم جديد لنظام التوزيع الذي يرتبط بعملية التنظيم، ومن ثم بروز مفهوم جديد لموضوعه، والأهداف التي يسعى إلى تحقيقها، من خلال الوظائف الأساسية التي تعمل من أجل الربط بين المنتجين والمستهلكين، وفق جهاز يعرف ببنية نظام التوزيع .

إن بنية نظام التوزيع تتشكل من شبكة من قنوات تصريف المنتجات؛ يزداد تعقيدها أو يقل بعدد الحلقات التي تتضمنها كل قناة، والتي هي بمثابة الإطارالعام لنظام التوزيع، حيث تلعب فيها حلقة توزيع الجملة دورا أساسيا، باعتبارها امتدادا لتطور نشاط التوزيع، ونتيجة حتمية لتقسيم العمل الإجتماعي، وزيادة التخصص.

أمافيما يخص تحليل سيرنشاط نظام توزيع الجملة، فيتحدد من خلال طبيعة تصرفات المتعاملين فيه؛ وأن خصائص كل نظام تكون مستمدة من خصائص المنتجات محل نشاطه. كما ينصب نشاط النظام حول تلك المعاييرالتي من شانها أن تحقق أهدافه والتي تخص العوامل التي تؤدي إلى إنسياب المنتجات بسلاسة و يسر، لخدمة المنتجين والمستهلكين في نهاية الأمر على حد سواء ، من خلال الوظائف التوزيعية والتجارية.

أما الجانب التطبيقي، فسنتناوله في خمسة فصول إبتداء من الفصل الثاني الذي يتضمن تنظيم توزيع الجملة في القطاع الخاص خلال الفترة مابين 1962-1974 ، حيث تعود بداية نشاته إلى عهد الإستعمار عندما كان الإقتصاد الجزائري آنذاك في خدمة الإقتصاد الفرنسي .

الفصل الثالث يتعلق بالمرحلة التنظيمية لتوزيع الجملة الاشتراكي، التي انطلقت من بداية الاستقلال، حيث تميزت بتغيرات هيكلية متتالية وسريعة، سمحت في بدايتها بظهورالديوان الوطني للتسويق كأول تجربة لتوزيع منتجات وحدات التسييرالذاتي، الذي لم يكن على إستعداد لأداء مهامه بالقدر الكافي؛ بالإضافة إلى تكفله بالتجارة الخارجية . وعليه فإن جملة من التساؤلات سنحاول الإجابة عليها ضمن هذا الفصل ، قصد تصحيح وضعية التوزيع ، التي كانت قد أثرت بصورة سلبية على وحدات الإنتاج الإشتراكي .

غير أن الفصل الرابع يتناول تنظيم الديوان الجزائري للخضروالفواكه الذي أنشئ في أفريل 1969؛ والذي أنطلق بنفس هياكل وأساليب تسييرالإتحاد

المنحل، بصورة تدريجية، إلى أن استكمل هياكله في إطارسياسته الفاصلة بين وظيفة الإنتاج عن وظيفةالتوزيع . تلك هي مجموعة الأهداف التي أنشأ من أجلها الديوان ؛ وهل فعلا تحققت هذه الأهداف ؟

في الفصل الخامس ،نبحث في التنظيم الإشتراكي الشامل لتوزيع الجملة للخضر و الفواكه خلال المرحلة 1974 - 1980 ، من خلال مباحث ثلاثة يتناول المبحث الأول بنية هياكل التنظيم ، المبحث الثاني و الثالث كل من تحليل نشاط هياكل التنظيم ، وتحليل العلاقات فيما بين هياكله .

أما الفصل السادس ، سنتناول فيه دراسة تنظيم توزيع الجملة للخضر والفواكه في ظل حرية السوق 1980 - 1990 . هو مقسم إلى ثلاثة مباحث أيضا ، يشمل أولها بحث مهام وأهداف و إجراءات تحرير السوق و نتائجها ، أما الثاني فيشمل بحث تنظيم المؤسسة الوطنية للتموين بالفواكه و الخضر و توفير إنتظامها (ENAFLA) . بينما يتطرق المبحث الثالث إلى تحليل العمليات التجارية و التوزيعية ، وتلك المتعلقة بالإستيراد والتصدير .

وفي الأخير نبين ضمن بحثنا جملة من النتائج و نحدد الآفاق المستقبلية لمواصلة البحث في هذا الميدان .

القسم الأول

التحليل النظري

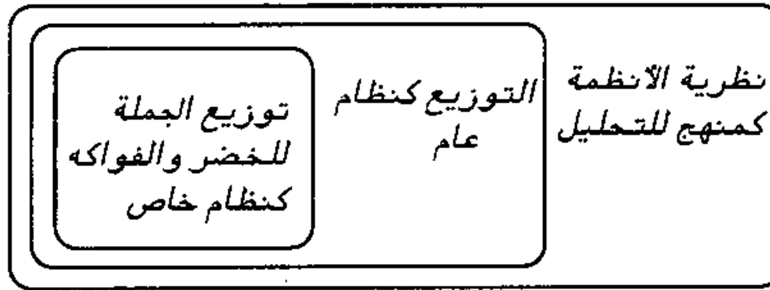
الفصل الأول

تمهيد نظري ومنهجي
حول
مفهوم النظام وأنظمة التوزيع

الفصل الأول

تمهيد نظري و منهجي
حول مفهوم النظام و أنظمة التوزيع

مدخل :



سنتناول في هذا الفصل الجوانب المختلفة المتعلقة بمفهوم نظام توزيع الجملة للخضروالفواكه، وذلك في إطار أربعة مباحث.

نخصص المبحث الأول إلى معالجة النظام في صورته المجردة، بتحليلنا للمفاهيم الأساسية لنظرية النظم، بالوقوف عند أصل فكرة «نظام» والدلالات التي كانت تشير إليها، و المجالات التي تشملها ثم التطورالذي عرفه مفهوم النظام، حيث برز في جميع مناحي المعرفة العلمية، وأصبح أساس تطورها ذلك في إطار ما يدعى بالنظرية العامة للأنظمة.

أما المبحث الثاني، وبعد معالجتنا لجوانب النظام الأساسية، نكون قد هيانا فكرة النظام بإعتبارها أرضية يمكن من خلالها تجسيد نظام التوزيع، والذي سنتناوله في إطار خصائص نظام التوزيع. إن نشأة نظام التوزيع لم تكن وليدة حالة ظرفية خاصة، بل هي نتيجة عملية تاريخية لتطور المجتمعات إقتصاديا. إن تكثيف العلاقات بين الأفراد أفرز فكرة التقسيم الإجتماعي للعمل وتثبيت التخصص فيه. وفي هذا الإتجاه، ظهر مفهوم جديد لنظام التوزيع، والذي من شانه أن يرتبط أساسا بعملية التنظيم بصورة عامة. ومن ثم علينا أن نوضح موضوعه،

الأهداف التي يرمي إلى تحقيقها، من خلال الوظائف الأساسية التي يقوم بها. إنه يمثل اداة ربط بين المنتجين من جهة، والمستهلكين من جهة أخرى، وفق جهاز يعرف ببنية نظام التوزيع.

المبحث الثالث يتناول توزيع الجملة للخضر والفواكه؛ حيث تتشكل بنيته من شبكة قنوات تصريف المنتجات يزداد تعقيدها أو يقل بعدد الحلقات التي تضمها كل قناة ؛ وهي بمثابة الهيكل العظمي للنظام. وهنا تلعب حلقة توزيع الجملة دورا أساسيا ، و تعتبر إمتدادا لتطورنشاط التوزيع. كما تعتبر نتيجة حتمية لتقسيم العمل الإجتماعي وزيادة التخصص. يتحدد سيرنشاط نظام توزيع الجملة من خلال طبيعة تصرفات المتعاملين فيه؛ و يتعلق الأمر هنا بالوسطاء الوظفيين، والوسطاء التجاريين. ومن البديهي أن تكون خصائص كل نظام مستمدة من خصائص المنتجات التي هي محل نشاطه . كما يتعلق نشاط النظام كذلك بمعايير من شأنها أن تحقق أهدافه فيما يخص أسعار المنتجات ، حفظها وسلامتها ونقلها، وغيرها من العوامل التي من شأنها أن تؤدي إلى إنسياب تلك المنتجات بسلاسة ويسر لخدمة المنتجين من جهة وتجار التجزئة من جهة أخرى في إطارحلقة الجملة. تلك هي وظائف نظام توزيع الجملة التي سنبحثها في إطار مجموعتين من الوظائف ؛ مجموعة العمليات التوزيعية أولا، ثم مجموعة العمليات التجارية؛ و هي بمثابة معايير أساسية لتقييم أي نظام لتوزيع الجملة للخضر والفواكه.

المبحث الأول

نظرية النظم : أداة منهجية في التحليل

تقديم :



لنخرج في هذا المبحث عن الموضوع ، بغرض توفير الظروف المناسبة لتعميق تحليلنا.

لا يعتبر إستعراضنا لموضوع النظام غاية في حد ذاته، بل وسيلة من أجل إعتماد هذا النظام كأساس يتم من خلاله عرض موضوع بحثنا بصورة علمية؛ حيث يعتبر النظام الإطارالعام لتشغيل كل نشاط إنساني يتميز بصفتي التكرار و الإستمرار، قصد تحقيق نتيجة محددة، في غياب كل عشوائية أوتلقائية. وحتى نبلغ هذه الغاية ، لا بد من الرجوع إلى الوراء والوقوف عند أصل هذا "المفهوم" قديما، الذي كان يشيرللدلالة على ظواهرهادفة غالبا ماتكون طبيعية، ذات بنية يتميز تشغيلها بالتكرار والإستمرار في إطار عام ثابت.

سنتطرق فيما يلي إلى تطور التصورات العامة للنظام عبر الزمن و المبادئ التي يعتمد عليها في تصنيف الأنظمة الجديدة و تسلسلها؛ كما سنبرز المساهمة الفعلية لهذا المفهوم في تطورالمعرفة العلمية حيث أصبح يشمل كل مجموعة جزئية من المعارف العلمية و يو صف بها.

1 - أصل كلمة نظام

بالوقوف عند أصل كلمة « نظام » والتي تعني بالفرنسية (SYSTEME) (1- M. BRANCIARD.1978.P 488)، نجد أنها مشتقة من كلمة يونانية مركبة من شقين (SUN)، ويقصد بها « مع » و (ISTEM)، بمعنى «أضع»؛ والكلمة تعني «أنسق». وقد أستعملت عبارة النظام منذ القدم للدلالة على إقتراب فلسفي. كما أستعملت أيضا للتغبير عن النظام الشمسي، نظام الجاذبية الأرضية، نظام الوراثة وغيرها.

ولقد كانت ولاتزال كل إتجاهات الأفق العلمية تستغل هذا المفهوم؛ الأمر الذي سمح بتنظيم المعرفة العلمية وتطويرها . فهو يحيط بالميدان الغير المكتشف من أجل إدراكه؛ فهو إطار لتصور وتنظيم المعلومات بشتى اختلافاتها.

وإذا كان هذا الإصطلاح معاصرا، فلأن تطوره جاء على إثر بروز فكرة النظرية العامة للأنظمة من النوع المتخصص، التي جاء بها المنظر الإنجليزي(VON BERTALANFFY) خلال النصف الأخير من الثلاثينات من هذا القرن؛ والتي ذاع صيتها بشكل واسع إبتداءا من الستينات؛ حيث وجد العديد من فروع المعرفة العلمية على اختلاف انواعها معنية بهذا المصطلح، كالعلوم الطبيعية والعلوم الإجتماعية بصورة عامة. وقد ساهم أيضا في تنشيط تطبيقاتها العلمية المختصون في بحوث العمليات ونظريات اتخاذ القرار وغيرهم من المختصين في ميادين العمل التطبيقي.

حدث هذا بصورة خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا. كما أن لمصطلح النظام وجد أكثر انتشار لإستعمالاته في ميدان تسيير أو إدارة المؤسسة (Management) ؛ وهذا بفضل نشاة وتطورالمشروع الإقتصادي عندما إنفصلت الملكية عن التسيير والمراقبة وتحول المشروع الإقتصادي من الشكل الفردي أو الأسري إلى نمط أوسع من حيث حجم الرأسمال البشري والمادي، في إطار بنية تحققت نتيجة فعل حر إرادي اكتسبته صفة النظام.

إن مفهوم النظام عرف أوج إنتشار لإستعمالاته بصفة خاصة في ميدان الإعلام الآلي الذي سهل بشكل واسع معالجة المعلومات المختلفة وفق أنظمة يمكن أن تتفرع عنها مجموعات جزئية من شانها تؤدي إلي إيجاد حلول سريعة ودقيقة للمشاكل.

فالقيام بوضع أنظمة، أصبح يشكل الإطار العام للتنظيم والتسيير الهادف للمعرفة العلمية في وقتنا الراهن. فنظرية الأنظمة لا تأخذ عناصر البنية بشكل

منعزل بل تاخذها في شكل مجموعات كل كيان منها له مميزاته الخاصة.

وفي ظل اعتبارات التقسيم هذه راح كل فرع يواصل تقدمه بصورة مستقلة. الامرالذي جعل تلك النظريات التي تم وضعها علي أساس هذا التقسيم علي قدر كبير من التشابه. بهذا الصدد يقول « شارل مارزلوف » « وإذا كان البعض أمثال بياجي (Piaget) لا يرون في هذه الأسس إلاّ كونها طريقة، فإن البعض الآخر حيث يتزعمهم فون برتالونفي (Von Bertalanffy) قد إعتبروا وجود نظرية عامة للأنظمة يؤدي إلى استعمال التماثل المنطقي لمختلف العلوم الذي من شانه يحدث أملا في نظرة موحدة للعالم» (2- C. MARTZLOFF . 1975.P.34) . ويشير نفس الكاتب إلى فكرة النظرية الموحدة للعالم هذه، قد اصطدمت بصعوبة الإصطلاح؛ فالأخذ بعين الإعتبار «للكليات» قد تطور في العديد من البلدان المختلفة بالنسبة للفروع التي تعتبرمستقلة، دون أن يكون لها أي تنسيق. وفي هذه الظروف، ظهرت «البنيوية» بفرنسا و«الوظائفية» بالولايات المتحدة و«الأنظمة» هنا وهناك. وفي الحقيقة، فإن الأمر لا يتعلق سوى بنفس الفرع الواحد، غير أنه يجب تخصيص عبارة النظام للدلالة على مجموعات منسقة فيما بينها.

من ذلك نخلص إلى اعتبار الدراسة والبحث في موضوع النظام قد واكب تطورالحركة العلمية في وقتنا المعاصر؛ حيث إهتم الباحثون فيه ، أساسا بالنظم الصغيرة التي تتكون من عناصرمتناهية في الصغر و العلاقات التي تحكمها. وهذا في ميدان البيولوجيا وغيرها، لتتطور و تشمل النظم الأكثرحجما وتعقيدا في الميادين الإجتماعية والإقتصادية. وبصورة خاصة، يرقى شانه ويتطورفي مجال الإعلام الآلي بدون حدود، هادفا تسييرالمؤسسة والبحث العلمي وحل المشاكل ذات الطابع الكمي .

بعد إستعراضنا لتطور مفهوم النظام وإلى ما وصل إليه اليوم، ينبغي بعد هذا، تحديده بصورة منضبطة؛ لا سيما وأنه يبدو ولأول وهلة، عبارة عن مصطلح غامض؛ بل ويذهب بعض المؤلفون إلى استحالة تعريفه، لما يتضمنه المصطلح من تجريد كمفهومي العدد، والمجموع .

2- مفهوم النظام و تطويره

يعتقد بعض الباحثين أنه من الصعب تعريف النظام ، لما تحتوي عليه الكلمة من مفهوم أولي، مثل مفاهيم العدد و المجموع باعتبارها مفاهيم مجردة من غير جدوى توضيح معانيها. الامر يدعونا إلى تناول الموضوع أولا من جوانبه التصورية، من ذلك فالملاحظ لسلوك حياة مجموعة النحل أوالنمل مثلا وهي تقوم بنشاطها

اليومي العادي يرى أن هذا يتم بصورة متكررة ومستمرة، في إطارعلاقات تحكم أفرادها بصورة مضبوطة متناهية في الدقة والترتيب. فهونشاط يتم وفق طريقة غريزية محكمة. والملاحظ لجسم الإنسان من خلال نشاط الأجهزة الداخلية المختلفة التي كل واحد منها يؤدي وظيفة معينة، لها صلة وثيقة بما تقوم به الأجهزة الأخرى بصفة تلقائية، لا دخل للإنسان نفسه فيها، يجد أن هذا النشاط يتم بطريقة فيزيولوجية منظمة. ثم نشاة وتطورالمؤسسة والشكل الذي إتخذته كبنية إقتصادية من أجل تحقيق نشاطها وفق هدف معين وعلاقات متبادلة بينها وبين المحيط في إطار إقتصادي وإجتماعي معين.

إذن من خلال تصورنا لطريقة نشاط النحل، وطريقة النشاط الوظيفي للأجهزة الداخلية لجسم الإنسان، وللطريقة التي تشتغل بها المؤسسة العصرية، نجد أن كل واحدة منها تتم في إطار بنية تتكون من مجموعة من العناصر المترابطة وفق موضوع متميز، تتكرر بصورة مستمرة من أجل تحقيقه هدفا معينا، داخل بيئة معينة.

إن تكامل مكونات تشغيل أي نشاط من الأنشطة الآنفة يطلق عليه مصطلح النظام. من ذلك يعرف النظام على أنه : «مجموعة من العناصر تديرها علاقات، بحيث أن تعديل كل عنصر منها يؤدي إلى تعديل في البعض الآخر» .(3- J. Lesourne. 1976 P.45)

فبالنظر إلى هذا التعريف من خلال تصور مكوناته الأساسية المتمثلة في مجموعة عناصر ذات الإرتباط المتناسق فيما بينها، وكونه إطارا عاما حيث ينطبق على جميع مناحي النشاط الحركي، فنقول أن ذلك تعريف أولي، لما تتميز به عناصره بقدر كبير من البساطة؛ وهو تعريف يكاد ينطبق تماما على البنية التي تعرف على أنها « مجموعة الأشياء المرتبطة فيما بينها وفق بعض القواعد (القوانين) (4-I.CHRISTIN.1973. P.4)؛ خلافا للأنظمة التي هي أكثر تطورا، كما يشير إليها أندري مارشال بقوله «يبدوالنظام كترتيب معقد لبنيات مرتبطة بواسطة علاقات ثابتة نسبيا »(5-A. MARCHAL 1961. P.107)

يتميز هذا التعريف بدلالته على نظام أكثر تطورا، وبالتالي أكثرتعقيدا. فمكوناته لم تعد عناصر أولية بسيطة، بل مركبة على أساس بنيات متناسقة، وفق مستوى معين من الترتيب الذي يتميز بدرجة أعلى من الإستقرار. وعملية التنسيق ، أساسية في النظام، حيث يرى إفان كريستان بان النظام : «ليس فقط مجموعة لوحدات (جزئيات، أفراد) كل منها يخضع لقوانين السببية التي تعمل فيها، لكنّه مجموعة علاقات بين الوحدات المتشابهة»(4-I.CRISTIN . 1973.P4) .

فالمكونات البنيوية، بخصائصها الذاتية ، لا تشكل باي حال من الاحوال موضوع النظام إلآ من خلال العلاقات التي تنشا فيما بينها، نتيجة تشغيل النظام بكامله.

كما تكون عملية التنظيم ملازمة للنظام، حيث يعرف د.علي السلمي النظام بأنه « عبارة عن هيكل من العلاقات الشخصية ، يتم التمييز بين الأفراد طبقا للسلطة، المركز، أو الدور الذي يقوم به كل واحد منهم؛ ونتيجة لذلك، تتحدد العلاقات الشخصية . وتميل التصرفات السلوكية للأفراد إلى الإلتزام بالأنماط المتوقعة ؛ وبالتالي تقل الفوجائية و الغموض في تلك التصرفات » (6 –علي . السلمي .1980 . ص. 204) . تعريف يرى بان التنظيم ، هو الطريقة التي يتم بها نشاط النظام، والتي تتهيا من خلال العلاقات ، والتصرفات التي ياتي بها الأفراد، انطلاقا من مراكز السلطة في الهيكل التنظيمي؛ وطبيعة هذه العلاقات الإنسانية وموضوعه، يجعل من هذا النظام إداريا حيث تسيطر فيه العلاقات الإنسانية بصورة بارزة .

نستخلص من ذلك كله أن النظام يتجسد من خلال طبيعة العناصر، الموضوع، والعلاقات التي تتهيا في مجموعها في ظل الإطارالعام المكون لها من أجل الوصول الي غاية معينة. فالنظام كيان بنيوي متناسق، يتميز بخصائص نوعية تختلف عن خصائص عناصره مأخوذة بصورة منعزلة؛ الأمرالذي يجعل منه تكوينا أصيلا يسمح بتحديد نموذج التنظيم و بالتالي نوع النظام.

3 – تصنيف الأنظمة

يرجع تمييزالأنظمة عن بعضها البعض إلى طبيعة المكونات الأساسية لكل من موضوع نشاطها؛ وهي مكونات ذات طبيعة بشرية، مادية ونقدية. وإذا كان كل نظام عبارة عن مجموعة من العناصر، فإن مجموعة العناصرليست بالضرورة نظاما؛ فذلك يتوقف على خواص أساسية تتعلق بعمليات التنسيق والتجانس والعلاقات التي تربط هذه العناصر.

فدراسة النظام ليس المقصود منها معرفة مكوناته التجميعية فقط، بل معرفة المنحى والسلوك الذي تتخذه هذه المجمعات عبر الزمن لاسيما وأن التقدم العلمي حاليا ياتي لنا بأنظمة جديدة من حين لآخر. إنطلاقا من هذه الخواص التي تجعل المكونات تختلف عن غيرها من حيث طبيعة المجمعات من العناصر، والعلاقات والموضوع، والهدف إلى جانب التصور العام لها، فإن كل هذا يدل على وجود عدة أنواع من تصنيفات الأنظمة. وفي هذا الإتجاه سوف نعمد إلى محاولة تصنيف

الأنظمة في صورتها الأولية، في شكل تقسيمين أساسيين؛ أولهما، الأنظمة الطبيعية، وثانيهما الأنظمة الإصطناعية، في غياب كل تصورميتافيزيقي لا يدركه العلم و العقل؛ وهذا حسب التصنيف الذي يعمل به العديد من الباحثين.

3 . 1- النظم الطبيعية :

يعتبرتحديد الجوانب المختلفة لمفهوم النظام بصورة مجردة عملية ذات أهمية قصد تجسيدها على واقع ملموس. والنظام الطبيعي يتميز بوجود علاقات وقوانين تحكم المكونات المشكلة له، حيث تغيب فيها سلطة الإنسان ، سواء حول وجودها أو على تحديدها. لا يستطيع البشر أن يبلغ حدود المنطق الداخلي لها. فهو لا يدركها إلا من خلال نشاطها ولا يمكن دراستها إلا من خلال جوانبها الخارجية، كنظام الجاذبية الأرضية، أنظمة التفاعلات الكيميائية، الأنظمة التي تخص الظواهر الطبيعية العامة إلخ...

فالجهاز الهضمي للإنسان مثلا، يتكون من أعضاء منسقة في إطار شروط ميثالية من أجل أداء وظائفه البيولوجية دون حاجة لفرضيات فلسفية أو تحديد لإجراءات من قبل الإنسان لأداء تلك الوظائف، والتي يعزا المنطق الداخلي لها إلى قدرة الخالق.

3 . 2- النظم الأصطناعية :

يرجع منشأ وقيام النظام الإصطناعي إلى إرادة الإنسان في تحقيق رغباته وأهدافه، بالعمل على توفير الشروط المناسبة لتكييف عملية التنسيق بين الأجزاء المتناسقة لإحداث النظام؛ فمثلا، وجد نظام الكيل بهدف عقلنة قياس السعات، تكون فيها جميع الأجزاء المكونة للنظام محددة ومضبوطة.

باعتبار أن الإنسان هو الذي يعمل على تحديد وضمان وظيفة التنسيق، فهو إذن يدرك بسهولة منطق وإجراءات تنفيذها. غير أن إعتبارات التمييز بين الأنظمة الطبيعية والإصطناعية له أهميته؛ إن حدود الفصل فيما بينها ليست مرسومة كما تتطلبه دقة التعاريف؛ من ذلك توجد أنظمة طبيعية بإمكانها أن تتحول بواسطة إدراك الإنسان لها إلى أنظمة إصطناعية. و قد يكون النظام الإصطناعي ساكنا أو حركيا.

3 . 2 .1- النظام الأصطناعي الساكن :

يعبرالنظام الإصطناعي الساكن عن بناءات تصورية يدركها العقل ويجسدها في الواقع، من أجل فهم وتحديد الظواهرالمختلفة، دون أن تؤثر أوتتأثر بمحيطها. تبدو في شكل مجموعات مرتبطة بصورة متناسقة، تتصف بالثبات والإستقرار

النسبي في نظر المجتمع. كما تعرف هذه الأنظمة على أنها «تشكل مجموعات، مترابطة بحيث لا تقدم أية نتيجة» (2-C. MARTZLOFF 1975 P. 46) . ومن بين الأمثلة نذكر أنظمة القياس المختلفة : النظام المتري، نظام الوزن، نظام قياس الحرارة وغيرها من أنظمة القياس المختلفة.

2.2.3 - النظام الأصطناعي الحركي :

تتمثل خاصية النظام الإصطناعي الحركي بكونه يشتغل من أجل خدمة البيئة، التي وجد فيها قصد تحقيق نتيجة معينة، من خلال علاقات تبادلية بينه وبين محيطه؛ وخاصة الحركية فيه، تكمن في استجابته للتعديل بما يماثل التغير الذي يطرأ على الغاية التي يراد تحقيقها، مع مراعاة الإستقرارالداخلي له، حتى يضمن التلاؤم الضروري القابل لمواجهة الإحتياجات المتنامية للمحيط. ويمكن تصورهذا النظام من حيث نشأته وتطوره وزواله ككائن حي يخلق وينمو وأخيرا يموت، كالأنظمة الإقتصادية، الأنظمة البيولوجية، أنظمة الإعلام الآلي.

وسوف لن نهتم بأنظمة التوجيه الآلي الحركي التي تتميز بماديتها في تشغيلها بمعالجة المعلومات في شكل كمي، لا دخل لإمكانيات التصور، ولا للمؤثرات الأخلاقية. والنفسية والإجتماعية فيها، مثل أنظمة الأجهزة الآلية، نظم الإشارات وغيرها.

غير أننا سنهتم بالأنظمة الحركية التي تتميزمكوناتها الأساسية بمجموعة التدفقات البشرية والمادية والمالية والتي يحتل العنصرالبشري فيها أهمية قصوى؛ الأمر الذي يجعل تدخل هذه الأنظمة لايقتصر على التحكم في بعض التقنيات فقط، بل تكون له أبعادا فلسفية، تخيلية ، وتوقعية، تسمح بتحديد طبيعة ومنحى المؤثرات النوعية التي تخضع لعوامل اقتصادية ، إجتماعية، نفسية، أخلاقية، نقابية، ترتبط بالنظام.

يتدخل هذا النظام بصورة عملية قصد إنجاز وظائف تدخل ضمن تسيير المحيط المنتسب إليه معتمدا في ذلك على تجارب ملموسة وفرضيات ومسلمات موضوعية، لها علميتها، بهدف الحصول على نتائج معينة تخص الإنسان، المنتجات المادية، الخدمات، الأفكار أو المعلومات.

وكما يراها مارتزلوف على أنها «تنشيء مع محيطها علاقات تبادل، يمكن أن تخص المواد البشرية، المعلومات، الأفكار» (2- C. MARTZLOFF. 1975 . P.47) . وقد يتميز بعضها بدرجة أعلى من التطور عندما تكون مدخلاتها عبارة عن مخرجات أنظمة أخرى أقل منها تطورا؛ وهذا ما يفسر تكامل الأنظمة فيما بينها، وكون

مقوماتها الاساسية تعتمد على المحيط التي تعيش فيه، من خلال حصولها على المدخلات، وتقديمها للمخرجات. لذا يمكن اعتبارها أنظمة حركية مفتوحة، وتجاوزا لحدودها المجردة . سوف نعمد إلى تجسيدها على واقع ملموس، من خلال تطبيقها في ميدان دراستنا المتعلقة بجانب التوزيع بصورة عامة، وتوزيع الجملة للخضر والفواكه بصورة خاصة.

المبحث الثاني

المفهوم المعاصر لنظام التوزيع بصفة عامة

تقديم:

إن تبلورنظام التوزيع في صورته المتكاملة كما نراهااليوم، لم تكن وليدة حالة ظرفية معينة، بل جاءت نتيجة عملية تاريخية لتطورالمجتمعات الإقتصادية عامة، وطبيعة العلاقات بين الأفراد بصورة خاصة. فمن عهد المقايضة، عندما كان تبادل المنتجات يتم بصورة عرضية ، إلى مرحلة السوق بتنقيد الإقتصاد، إلى مرحلة المنافسة الحرة، والإحتكارية، صار التوزيع يلعب دورا أساسيا في الحياة الإقتصادية لكل مجتمع، باعتباره حلقة هامة لإتمام الدورة الإقتصادية المتعلقة بالإنتاج والإستهلاك.

ولإدراكها سوف نتناول في هذا المبحث جوانبها المختلفة، بالتطرق إلى نبذة عن كيفية تطورها، وتشكيلها في إطارنظام يتميز بخصائص تنظيمية وفق موضوع معين من أجل تحقيق أهداف خاصة. وأن ذلك لايتم إلاّ من خلال بنية هيكلية متميزة، وهو ما سنتعرف عليه بصورة مفصلة عبر الصفحات التالية.

أولا: نشأة وتطور نشاط التوزيع

لم يكن لعملية التبادل وبالتالي التوزيع أهمية تذكر أثناء مرحلة إقتصاد الكفاف حيث كانت تنتج فيه السلع الضرورية من أجل سد حاجة الفرد وعائلته من غذاء ومواد (خبز، جبن،زبدة الخ..)، عندها لم يكن ليظهر سوى نشاطي الإنتاج والإستهلاك؛ فالوحدات الزراعية كانت تعيش في اكتفاء ذاتي، وأن توزيع وسائل الإستهلاك البسيطة بين أفراد الجماعة يتم بالتساوي. لكن بمرورالزمن، تطورت أنماط ووسائل الإنتاج في المجتمعات؛ مما أدى إلى تطبيق تقسيم العمل؛ فصار عمل الإنسان أكثر إنتاجية و بروز فائضا من بعض المنتوجات لدى بعض الجماعات، وطلب بعضها الآخر مما لا تنتجه تلك الجماعات؛ عندها بدأت مسالة المبادلة من

الناحية العملية تفرض نفسها؛ فظهرت في البداية على شكل عيني بصورة عفوية، وهو ما يعرف بالمقايضة؛ باعتبارها الشكل الاولي لعملية التوزيع، والتي ظهرت أساسا في المجال الزراعي. بمرورالزمن وزيادة تقسيم العمل، ظهر التخصص في العمل، وأخذ التبادل شكلا أكثر تطورا حيث أصبح يتم بصورة منظمة بواسطة النقود. و شجع ذلك على تطوير الزراعة التي بدأت تنتج من أجل البيع أي تنتج من أجل إستهلاك غيرها.

وهكذا وبعامل التطورالذي عرفته مختلف قطاعات الإنتاج و بفضل زيادة التقسيم والتخصص في العمل في التركيزعلى الإنتاج، من أجل تحقيق مستوى أعلى من الإنتاجية وما صاحب ذلك من تطور مماثل في ميدان الإستهلاك، أصبح من الأهمية بمكان أن توكل عملية التوزيع لمجموعة من المتدخلين؛ ياخذون على عاتقهم عملية تمرير المنتوج، من الحالة التي تم فيها إنتاجه إلى الحالة التي سيتم فيها إستهلاكه. مما حرر المنتجين من أعباء نشاط ثانوي (النقل، التخزين ، البيع...إلخ)، كانت تثقل كاهلهم ، وتحد من نشاطهم الأساسي الخاص بالإنتاج. صار تحقيق قيمة المنتجات يتم في اطار ما يسمى بالسوق، وبصورة غير مباشرة عن طريق شبكات للتوزيع .

بذلك تم ربط المنتجين بالمستهلكين بمجموعة من العمليات التوزيعية، تهدف إلىإقتصاد في الوقت والتكاليف. مما مكّن المستهلك من الحصول على السلع التي يرغبها في ظل ظروف ملائمة، باقل تكلفة ممكنة من خلال الإختيارات العديدة المتوفرة في إطار سوق المنافسة ، وإمكانية المنتج في اختيار أفضل شروط وساطة تستجيب بصورة أحسن لمتطلباته الضرورية من بين العديد من قنوات التوزيع التي يراها مناسبة له .

وبالنظر إلى عملية التوزيع على مستوى الإقتصاد الوحدي (الجزئي) كظاهرة إقتصادية، نجد أنه قد إزداد الإهتمام بها أكثر فاكثر؛ واتسع نطاقها على حساب الوظائف الأخرى التي تدخل ضمن نشاط المؤسسة الحديثة. وفي وقتنا الراهن، من النادر جدّا أن تقوم المؤسسة بتصريف إنتاجها مباشرة بنفسها للمستهلك النهائي .

على صعيد الإقتصاد الكلي، عرف نسيج شبكة التوزيع توسعا متزايدا من حيث البنية الهيكلية له، بدخول مجموعات من الوسطاء متخصصين، معبئين بوسائل مادية ومالية معتبرة؛ ليس فقط من أجل تصريف المنتوج من السلع فحسب، بل أيضا من أجل إحداث منافذ تصريف أخرى جديدة، تساهم من جهة

١

أخرى على تحسين وتطوير الإنتاج بصورة أساسية. واحتل قطاع التوزيع هذا مكانة إستراتيجية في الحياة الإقتصادية، حيث أصبح بدوره يتحكم في قطاع الإنتاج ذاته؛ وهذا ما يعرف بالتسويق (MARKETING)؛ ومن خلال هذه الزاوية سنتطرق إلى موضوع مفهوم التوزيع.

ثانيا : مفهوم نظام التوزيع

تناولنا بالبحث ميدان التوزيع، من حيث العوامل التي ساهمت بصورة مباشرة في إحداثه كظاهرة جديدة، باعتباره نشاطا إقتصاديا متميزا. وعلى غرارذلك يجدر بنا الآن الوقوف عند تحديد موضوعه، من خلال الكتابات المعاصرة المبينة لمفهوم التوزيع، باعتباره نظاما مفتوحا، وهذا حسب العوامل الأساسية المكونة له ؛ الوسائل ، الدور والوظائف التي تؤديها هذه العملية .

فنجد فريقا من الكتاب يرى أن:«موضوع التوزيع هو العمل على نقل المنتجات النهائية من حالة إنتاجها إلى حالة تملكها وإستهلاكها؛ ولذا، يجب حملها إلى المواقع المطلوبة ، بالكميات الكافية ، مع الإختيار المناسب »
(7- J. LENDREVIE. 1979.P.191). يركز هذا المفهوم على موضوع النشاط الذي تتناوله العمليات التوزيعية، المتعلقة بتحويل المنتجات النهائية، من وضعية إنتاجها وتهيئتها حسب رغبات المستهلكين إلى مواطن حيث تلبى حاجة الطلب منها؛ وهي عمليات تحوّل للسلع عبر الزمان والمكان.

في حين يرى فريق آخر، أن للتوزيع معنيان:«المعنى الواسع : وهو مجموع النشاطات التي تلبي صنع الإنتاج هدفها وضع المنتجات تحت تصرف المستهلك .
المعنى الضيق : التوزيع غالبا ما يعتبر كجزء من مجموعة النشاطات المذكورة أعلاه، والتي تكون منظورة من قبل المستهلكين والجمهور الواسع؛ وهو يخص إذن مجمل نقاط البيع ، حيث تكون في اتصال مع المستهلك النهائي للمنتوج»
(8 - J. P. FLIPO . 1981. P. 253). يدرج هذا المفهوم شقين، يتميز الأول منه بالشمولية، حيث يتضمن جميع الخدمات التي يمكن أن تضاف إلى المنتوج، سواء كانت مادية أو غير مادية، كالإشهاروالدعاية وغيرها، بدءا من صنع المنتوج حتى وضعه تحت تصرف المستهلك؛ وهذا يخص طبيعة ونوع تنظيم العلاقات التي تربط المنتج بالمستهلك في إطار السوق: ذلك هو موضوع التوزيع بصورة عامة.

أما الشق الثاني، فيخص الجانب المادي من هذه العلاقات، والتي يدركها

المستهلك النهائي من خلال تدخله في التعامل؛ ذلك هو موضوع التوزيع بصورة خاصة.

أما الفريق الثالث، فهو ينظر للتوزيع على أنه: «جملة من الوسطاء، باسماء متنوعة، تتوسط بين المنتج والمستهلك لأداء مجموعة من الوظائف؛ بعضها مثل الجملة والتجزئة، حيث يشترون السلع لحسابهم الخاص قصد بيعها، فهم الوسطاء التجاريون؛ والبعض الآخر كالسماسر، والمندوبين، والملحقين التجاريين، حيث يبحثون عن الزبائن ويبرمون العقود بإسم المنتج، بيد أنهم لا يلتزمون بصفتهم الشخصية : يسمون بالأعوان، والبعض الآخر، عبارة عن شركات نقل، شركات إيداع، أو مصارف؛ فهي تسهل عملية التوزيع دون أن تدخل في المفاوضة التجارية، فهم إذا مناوبون » (9- KOTLER/DUBOIS 1981. P. 401). يعتبر هذا المفهوم حديثا وينطبق أساسا على التوزيع في الإقتصاديات الحرة، المتطورة، التي تتميز بمجموعة من المتدخلين؛ كل منها، له وظائف خاصة تتعلق بكونه وسيطا مباشرا، أو عونا، أو مناوبا. وبهذا يكون قدتشكل نسيج من قنوات التوزيع، يسمح للمنتج باختيار القناة المناسبة من بين العديد من القنوات؛ لا سيما وأن تحديد الثمن لا يمكن اتخاذ قرار بشانه إلا اذا علم أن عملية تصريف المنتوج ستتم عن طريق التجزئة أو أنها ستمر عن طريق الجملة.

غير أن أوسكار لانكه يشير للتوزيع كمايلي: «...التوزيع هو تقسيم السلع بين الناس؛ وبالتالي تقسيم الأشياء المادية. ويتطلب إنجازه وجود أشياء مادية نسميها وسائل التوزيع (مثال ذلك المستودعات، وأبنية المخازن، واللوازم كالرفوف، و العداد و الموازين ...)» (10-OSCAR LANG 1973. P.165). هذا التعريف يركزعلى الجانب المادي للتوزيع، حيث يتجلى ذلك من خلال الموضوع والوسائل التي يستعملها والاهداف التي يطمح لها من أجل تقسيم الأشياء المادية بين الناس؛ من هنا تبرز عملية التحويل في شكل الملكية.

نستخلص من ذلك أن التوزيع هو مجموعة النشاطات التي تمارس على المنتوج، إبتداء من اللحظة التي يكون فيها مهيا للإستعمال عندالمنتج، أو لدى آخر من يقوم بتحويله، إلى اللحظة التي يتسلمه فيها المستهلك النهائي. وهي نشاطات تكون مرتبطة بالحركة المادية للسلع، والخاصة بالتحويلات، من حيث المكان بنقل السلع من مواقع إنتاجها إلى مواقع إستهلاكها، أو التحويلات من حيث الزمان بالتخزين والحفظ من أجل نقل المنتوج من فترة إنتاجه الي فترة إستهلاكه مثل المصبرات والمنتجات الزراعية. «مخزون المنتجات النهائية

يضمن الربط بين طلبيات الزبائن ونشاط الصنع بالمؤسسة» (9-KOTLER / DUBOIS MARKETING. PARIS 1981. P.436) ، أو كذلك تحويلات مادية أوفزيائية، عندما يتعلق الأمر بعمليات تحويل ثانوي للمنتوج كالتجزيء التوضيب (Conditionnement) ، التغليف (Emballage) وغيرها.

أما العمليات التجارية منها، فتخص تلك التي تساهم بصورة مباشرة أو غير مباشرة في تسارع حركة دورة التوزيع للمنتجات والخدمات، من خلال المخاطرة في تحمل نتائج أعباء عمليات التحويل البسيكولوجي في ترغيب السلعة للمستهلك عن طريق عرض السلعة وتقديمها في الشكل المطلوب؛ بالإضافة إلى القيام بالدعاية والإشهار بمختلف أساليبها، وهذا قصد التحويل في شكل الملكية من المنتج إلى الموزع و من هذا الأخير إلى المستهلك.

إذن بعد تحديد نا لمفهوم نظام التوزيع، وجدنا أن قيامه يرتبط بجملة من العوامل تخص الموضوع، الأهداف والتنظيم الذي يشمل العلاقات التي تحدد كيانه؛ ذلك ماسنتعرض اليه في النقاط الموالية.

1 - موضوعه :

يكون موضوع التوزيع مرتبطا مباشرة باحتياجات ورغبات الأفراد أو المؤسسات لغرض الإستهلاك النهائي أو الإنتاجي. يتجسد ماديا في الناتج الذي يكون محلا للتوزيع ، على اعتبار أنه مادة تامة الصنع، جاهزة للإستهلاك النهائي أو أنهانصف مصنوعة أو خام معدة للإستهلاك الإنتاجي أو مساعدة في تحقيق الإنتاج (آلات إنتاج ومعدات وغيرها) وفي تصريف المنتجات (وسائل النقل والتخزين وغيرها)، أو خدمة خاصة بعمل إداري ما.

كما يمكن للناتج أن ياخذ عدة أشكال «لناخذ حالة شخص يشعر بأنه كئيبا، ماذا يفعل من أجل الخروج من هذا الإحباط النفسي؟ يمكنه أن يدير زرّ جهاز تلفاز (شيء)، يذهب إلى السينما (خدمة)، يمشي في الحقل (نشاط)، يزور طبيب نفساني (كائن بشري) ، يسافر إلى بلد بعيد (مكان)، يشارك في مجموعة نشاط إجتماعي (منظمة)، وإلاّ يعمل على تعديل فلسفته في الحياة (فكرة) .

فكل المنتجات يمكن أن تستعمل في امتصاص حالة كرب. وإذا كانت عبارة الناتج تبدو أحيانا غريبة فيمكن إستبدالها بالمورد أو الغرض أو بكل عبارة تحمل وسيلة لتلبية حاجة «فالناتج هو كيان قابل لتلبية حاجة أو رغبة»
.(9. KOTLER/DUBOIS 1981 P.19)

وفي الإقتصاد العام تعني عبارة حاصل الإنتاج (ما يكون قد أنتج)، أي ناتج عمل الانسان على مادة أولية قصد استعمالها من طرف المستهلك النهائي (ناتج نهائي الحذاء مثلا) أو قصد تحويلها من طرف منتج آخر(ناتج وسيط الإسمنت أوناتج نصف مصنع ملفاف قماش مثلا).

وفيما يخص الأشياء المادية، لابد من التمييز بين المنتجات نفسها والخدمات التي تقدمها؛ فالفرد، عندما يشتري منتوجا ليس لذاته، بل من أجل الوظيفة التي يؤديها. يمكن القول أن كل منتوج يؤدي خدمة، مثلا الذهاب لمشاهدة فيلم سينمائي (خدمة للترويح عن النفس). إذن ليس هناك فرق بين المنتجات والخدمات؛ فالذي يميز عرض المنتجات في السوق هو جانب قابليتها للمس أو عدم قابليتها.* فالمجلة الأسبوعية مثلا، تتضمن جانبا قابلا للمس (الغلاف ، الأوراق، الصور، الكتابة) يدرك بالحواس، وجانبا غير قابل للمس (المحتوى) يدرك بالعقل. «في الحقيقة من النادرأن يكون عرض السوق كلية خدمة أو كلية ناتج مادي » (. 8- J.P. FLIPPO 1981.P.198)

2 - أهدافه :

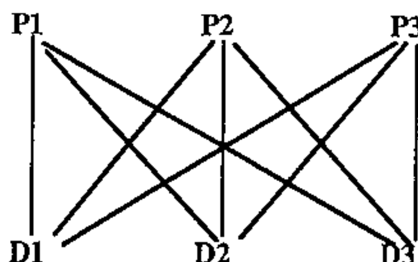
يعتبرتحديد الأهداف أساسيا لإنشاء نظام للتوزيع حيث يتخذ الشكل الموافق و يسخر الوسائل الضرورية لذلك . ويتجلى هدف القائم بالتوزيع من أن أغلب المنتجين لايتوفرون على الموارد البشرية والموارد المالية والوسائل المادية الكافية التي تؤهلهم لممارسة التصريف المباشر. ثم أن التوزيع يؤدي إلى تحول العديد من المنتجين أنفسهم إلى موزعين لمنتجات مكملة، موجهة لنفس السوق؛ علاوة على ما يتميز به هذا القطاع من خصائص نوعية، ناجمة عن طبيعة النشاط نفسه والتي تعتمد على التخصص والفعالية في أداء مهام وظائف التوكيل.

وخلافا للإعتقاد السائد لدى البعض من اعتباره نشاطا سلبيا، بل وحتى طفيليا نظرا لما يقتطعه من هوامش ربحية تنعكس بالزيادة في الأسعار، فان وجوده له من الأهداف مايبرره، و نذكر منها :

1.2 -التقليص في عدد المبادلات : التوسط بين المنتجين والمستهلكين من شانه التقليص في عدد المبادلات؛ بيان ذلك في حالة وجود و عدم وجود التوسط .

* حالة عدم وجود التوسط : فلتبسيط التصور نفترض أن نشاط الإنتاج يتوفر فقط على ثلاثة منتجين. P1. P2. P3 لنفس السلعة أولسلع مختلفة، وأن قطاع الإستهلاك يحتوي على ثلاث مستهلكين، كل منهم يرغب في الحصول على

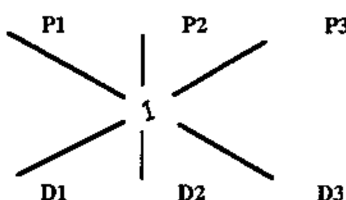
منتوجات المنتجين الثلاثة، حيث يكون كل منتج يرتبط بثلاث أنواع من العلاقات. من ذلك يكون عدد المبادلات يساوي عدد المنتجين مضروبا بعدد المستهلكين أي ثلاثة مضروبا بثلاثة يعطينا تسعة، كما هو موضح في الشكل رقم 1.



(شكل رقم 1)

* حالة وجود وسيط :

بافتراض وجود تاجر يتوسط بين المنتجين والمستهلكين في نفس المثال أعلاه. ففي حالة التوزيع الغير مباشرفإن المنتجين يرتبطون بعلاقة خطية واحدة مع الوسيط باعتباره مركز تجميع للإنتاج؛ من ذلك يصبح مركزتوزيع هذا الإنتاج يرتبط بمجموعة المستهلكين حيث تتميزالعلاقة بين المنتج والوسيط بانها واحدية؛ إذن يكون مجموع العلاقات في هذا النشاط الإقتصادي ثلاثة بين المنتجين والوسيط من جهة، وثلاثة بين الوسيط والمستهلكين من جهة أخرى؛ وعليه فإن عدد العلاقات قد تقلص إلى ستة بدلا من تسعة في التوزيع المباشر، كما هو مبين في الشكل أدناه.



(شكل رقم 2)

وعليه نخلص إلى أن الوسيط يسمح بالتقليص في العدد الإجمالي للمبادلات مما يؤدي إلى الإقتصاد في التكاليف، وزيادة الإنتاجية لدى المنتج والوسيط بصورة

عامة. والوسيط I قد يكون مفاوضا أوتاجر جملة أوتاجر تجزئة عندها يكون في علاقة مباشرة على التوالي مع الجملة أوالتجزئة أو المستهلكين عموما.

وفي كل الاحوال، فهو يعمل على تجنب المنتجين بذل مجهودات مكلفة، وأحيانا عشوائية في المفاوضة والبحث عن منافذ لتصريف المنتجات. إذن فالوسيط باستعماله لتقنيات وخدمات تتعلق بنشاطه، يستفيد منها المنتج، ويتاثر بها المستهلك النهائي

2 . 2 - مساعدة اقتراب المنتج من الأسواق المناسبة :

أثناء تصريف الإنتاج، عادة مايكون المنتج بعيدا عن الزبائن، خاصة بالنسبة للسلع الواسعة الإستهلاك؛ ويتمثل ذلك في البعد الجغرافي للأسواق، وعدم المعرفة بالزبائن الممكن وصولهم. إن الإنتشارالواسع لنقاط البيع وعدم إدراكها،عوامل يمكن أن تحد من معرفة وإدراك حاجات ومشاكل المستهلك . لكن بتدخل الوسيط تقرب الصلة بين المنتج والسوق؛ ويعتبر الوسيط مرآة عاكسة لاختيارات المستهلك. وبالنسبة للمنتج يستطيع من خلاله أن يتنبأ بالتطورات المستقبلية للسوق.

3 . 2 - العمل على تخفيض تكاليف التوزيع العيني :

يعتبرنظام التوزيع المتمثل في التوسط عامل تخفيض تكاليف التوزيع العيني الخاصة بالنقل والتخزين و الشحن والتفريغ؛ وهي نفقات متغيرة بحسب الحجم موضوع العمل؛ فنقل كمية محدودة من السلع غير مرغوب فيه إذ من شأنه أن تنجم عنه نفقات أكبر على أسعارالبيع؛ وكذلك الشأن بالنسبة للتخزين. تتجسد أهمية دورالوسيط في تجارة الجملة، فيما يخص تسويق بعض المواد القابلة للتلف كالخضروالفواكه، حيث تكون شروط الحفظ، والتكييف مرتفعة. مما يجعل المنتج في منأى من تحمل نفقات التوزيع العيني للسلع.

4 . 2 - توزيع الأخطار بين المشاركين في السلع :

من أهداف النظام كذلك، العمل على توزيع الأخطار المتعلقة بفقدان السلعة لقيمتها جزئيا أوكليا؛ وفي هذه الحالة الأخيرة، تصبح غير قادرة لملاءمة رغبات واحتياجات الزبائن، بالإضافة إلى الإنخفاض في قيمة النقود؛ لذلك ،فالمنتج ليس بإستطاعته أن يحد أو يتحكم في هذه الأخطار؛ كما أنه ليس له القدرة على تحملها مهما كانت الإمكانيات المتاحة له، من تجارب محنكة واحتياطات ، وطبيعة تطور مستوى الدراسات التوقعية لديه.

فبوجود مساهمين آخرين في السلعة عبر الشبكة، حيث تتوزع عليهم هذه

الأخطار، مما لا يثقل كاهل أحد الأطراف. وهي ميزة يستفيد منها المنتج بالدرجة الأولى، ليمضي قدما في تطوير إنتاجه.

3 - تنظيمه :

والتوزيع بنشاطه الوظائفي، يقع عند آخر مرحلة من العملية الإقتصادية على المستوى الكلي؛ شأنه أن يكون مكيفا بشكل يسمح بتحقيق الغايات المنتظرة منه؛ «إن مفاهيم الكلية، النمو، التمييز، الترتيب السلمي، السيطرة، القيادة و المنافسة ...إلخ، هي خصائص للتنظيم» (11-J.V.BERTALLANFFY. 1973.P.45).

فالتوزيع كيان من المزج المرتب لعناصرمادية وبشرية وتنظيمية؛ له موضوع وغايات وبنية متميزة عن غيرها تعمل وفق نسق مترابط في إطار شامل، من شأنه أن يحقق الشروط التنظيمية لقيامه كجهازمنظم. يعمل على تحويل المدخلات إلى مخرجات؛ فهو تنظيم محول، والتوزيع بصورته التنظيمية، يختلف عن المتعامل الإقتصادي البسيط؛ من ذلك فالجانب البشري منه، يتكون من مجموعة أفراد، يتوفرون على مستويات معينة من الثقافة والعادات قد تساعد أو تعرقل تحقيق أهدافه؛ وبالتالي التأثير في الأداء العام له، من خلال القيام بوظائف النشاط التوزيعي.

وهكذا بوقوفنا عند المحددات الأساسية لنظام التوزيع المتعلقة بموضوع و أهداف وتنظيم علاقات هياكل نظام التوزيع على المستوى الكلي، نكون قد مهدنا سبيل بنية نظام توزيع محدد المعالم.

ثالثا: بنية نظام التوزيع

بالنظر لشبكة التوزيع، نجد أنها تتكون غالبا من مجموعة من مسالك متداخلة فيما بينها ومتكاملة في شكل نسيج، يعمل على تنظيم عملية تدفق للمنتجات عبرها.
ويطلق عليها إسم قنوات التوزيع؛ وكل قناة توزيع تشمل بدورها على مستوى واحد، أو عدة مستويات توزيع. فهذا التعدد يرجع إلى طبيعة وظائف كل مستوى.
ومن أجل فهم وإدراك نظام بناء هذه الشبكة، لابد من التطرق إلى مفهوم قنواة التوزيع ، ومن ثم تحليلها من خلال المستويات التي تشتمل عليها.

1 - عرض لقنوات نظام التوزيع :

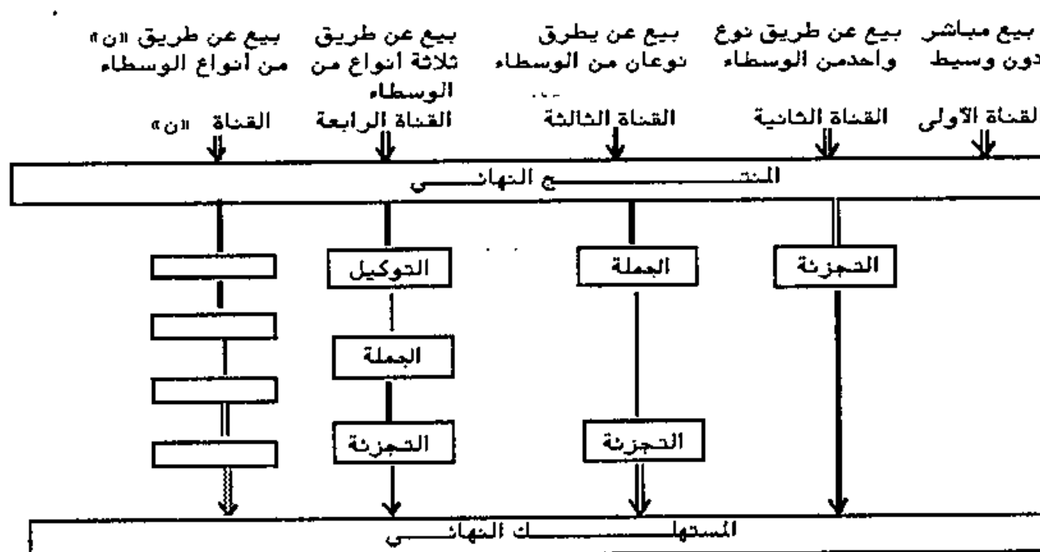
إن المسلك الذي يسلكه المنتوج من خروجه من دائرة الإنتاج إلى أن يبلغ يد المستعمل أو المستهلك النهائي، عادة ما يعرف بقناة التوزيع؛ والتي يتم على أساسها تدخل مجموعة من الأشخاص أو المؤسسات، يعرفون بالوسطاء. فهم يأخذون على عاتقهم وظائف التوزيع المختلفة؛ وذلك من اللحظة التي يغادر فيها المنتوج موقع إنتاجه - سواء كان مصنعا أو مزرعة - إلى اللحظة التي يتملكه فيها مستهلكه الأخير.

وقد يتعرض المنتوج لتحولات عديدة أثناء عبوره هذا الطريق من أجل تهيئته ليصير قابلا لإشباع حاجة معينة؛ وهو غالبا ما يشترى ويباع مرات عديدة من طرف الوسطاء قبل بلوغه المستعمل النهائي .

إذن ما يميز قناة التوزيع هو معيار الطول فبازدياد طولها يزداد عدد مستويات التوسط التي، طبعا تفصل بين منبع ومصب المنتوج؛ وأقصرها تلك التي لا تتضمن على أي مستوى من مستويات التوسط، كالفلاح الذي يعرض منتجاته للبيع على حافة الطريق مثلا.

أما تلك التي تحتوي على مستوى واحد، فهي تتضمن على نوع واحد من الوسطاء، وهو ما ينطبق على المنتوجات ذات الإستعمال الواسع؛ وغالبا ما يكون نوع الوسيط هذا تاجر التجزئة، في حين أن القناة التي لها أكثر من مستوى هي بالضرورة تتضمن عدة أنواع من الوسطاء.

المخطط التالي يبين مختلف قنوات شبكة التوزيع التي قد تكون موضوع إمكانيات اختيار المنتجين



(شكل رقم 3)

2 - علاقات قنوات نظام التوزيع :

فالمخطط رقم 3 يبين شبكةالتوزيع بصورة عامة، بمختلف قنواتها ومستوياتها التي يمكن أن تكون معروضة أمام المنتج بغرض تصريف إنتاجه؛ وهي بمثابة إمكانيات متاحة لإختياراته يدخلها متى كانت ظروف السوق تستجيب لمتطلباته.

إن التعدد في قنوات التوزيع يرجع إلى تنوع مجموعات المتدخلين فيها؛ وهذه الأخيرة تختلف بدورها بإختلاف طبيعة وخصائص الإنتاج؛ كما للموقع الجغرافي وفئة المستهلكين المراد وصولها، دورا في ذلك. وهي عادة عبارة عن إمكانيات إختيار للمنتجين. فالأولى منها تمثل قناة البيع المباشر ولا يتخللها أي نوع من الوسطاء؛ المنتج نفسه هو الذي يقوم بعملية البيع إلى المستعمل النهائي في محلاته للتجزئة أو مباشرة في مواقع الإنتاج أو غيرها من طرق البيع المباشر.

تشير الإمكانية الثانية إلى وجود مستوى واحد، يتمثل في تجارة التجزئة من شانها مواجهة إحتياجات ورغبات المستهلك النهائي؛ و تعتبر أكثر أنواع التجارة انتشارا على الإطلاق، من حيث تواجد مواقعها وتعاملها مع جمهور المستهلكين؛ وهي تناسب بالخصوص السلع الإستهلاكية المعمرة.

أما الإمكانية الثالثة خاصة بقناة لها مستويين يتعلقان بنوعين من التجارة، الجملة ثم التجزئة؛ فتدخل مستوى الجملة هنا يكون من أجل جعل عملية تموين التجزئة منظمة بإستمرار، حيث يتعذرعن الأخيرة الربط بين المنبع والمصب لذلك الإنتاج، لكونها غالبا ما تتوفر على إمكانيات مادية وبشرية محدودة؛ أو أنها إذا قامت بها، فإنها تضيف للمنتوج تكاليف تفوق تكاليف تدخل الجملة. ويمكن اعتبار هذه القناة تناسب خاصة سلع المواد الغذائية وسلع الإستهلاك الواسع.

غير أن القناة الرابعة، تتوفرعلى تدخل مكثف لمجموعات الوسطاء؛ فبالإضافة إلى الجملة والتجزئة، هناك الوكلاء الذين يعملون على تلاقي المنتجين باصحاب الجملة؛ وبهذا تضاف خدمات جديدة بين المنبع والجملة من شانها تؤدي بتمرير الإنتاج من مواقع إنتاجه الى مواقع استهلاكه هذه.

وهناك في الحياة العملية، العديد من الإمكانيات المتاحة؛ وذلك عن طريق العديد من القنوات التي قد يتخذها المنتوج حتى يصل مستهلكه النهائي، وهو ما يمكن الإشارة إليها بالدليل «ن». إن عملية إنتقاء إحدى القنوات التي تناولناها بالبحث من طرف المنتجين قصد تعريف المزيد من منتجاتهم ترجع إلى أهمية محاولة تحديد الوظائف التي يمكن أن تمارس بصورة أفضل من قبل المنتج أو من قبل الوسيط. فالمنتج الذي يتوفر على إمكانيات معتبرة، وينتج مجموعة من السلع تنتمي لنفس الفئة التجارية يكون من الجدوى له أن يتخطى الجملة مثلا، ويتصل مباشرة بالتجزئة، لأن ذلك يكسبه هامشا إضافيا؛ في حين أن المنتج لمادة واحدة لايستطيع ذلك لزيادة تكلفة الواحدة من هذه السلعة.

ونلاحظ كذلك من الجانب العملي أن المنتجون لسلعة معلومة قد يستعملون نفس القناة الواحدة أو أنواع مختلفة من قنوات التوزيع؛ وتعتبر عملية الإختيار هذه، بالغة التعقيد، حيث تتطلب فحص كل إمكانية على حدة، والأخذ بعين الإعتبار كل المؤثرات والعوامل الخارجية المتعلقة بطبيعة المنتوج الموجه للمستهلك؛ وذلك حتى يتسنى لصاحبه اتخاذ القرار المناسب بشان الإختيار الملائم

فدراسة مشكل التسويق إذن، بالنسبة للمنتج تتطلب دراسة تحليلية للسوق من حيث القدرة على الإستيعاب لكمية ونوع الإنتاج ومواطن التواجد؛ بالإضافة إلى دراسة دوافع وعادات الشراء المتعلقة بالمستهلكين؛ كما يؤخذ بعين الإعتبار أيضا، كفاءة ومكانة المتنافسين الذين ينتمون إلى نفس القناة. ويمكن القول أنه عادة ما تتعرض عملية التوزيع للإنتقاد، بشأن طول قنواتها الناتج عن تعدد أنواع الوسطاء؛ مما يترتب عليه الإستحواذ على سلسلة من نسب الهوامش.

يذهب البعض إلى الإعتقاد بان القنوات ذات المدى الطويل تعد كمرادف لغلاء المعيشة، لكن هذا لايدعو إلى طرح القنوات ذات المدى القصير كبديل. فالقنوات القصيرة والتي يكون فيها البيع عن طريق المحلات الكبيرة للمنتجات ذات الإستهلاك الواسع، تبرز فكرة واسعة الإنتشا رفي أوساط جمهورالمستهلكين، فحواها أن القناة القصيرة أو بعبارة أخرى البيع المباشر من المنتج إلى المستهلك النهائي من شانه أن يخفض تكاليف التوزيع الذي يؤدي إلى تخفيض أثمان البيع؛ وقد يزيد هذا الإعتقاد في قوة دعم القناة القصيرة.

وإذا كان المنتج الذي يبيع منتجاته في محلات تابعة له ويشهرفي إعلاناته بانه قد عمل على إلغاء الوسطاء، وصاريبيع بمثن المنتج ؛ فهذا المنتج في الحقيقة لم يتمكن من أن يلغي تكاليف التخزين، النقل، أجورالبائعين، الرسوم، الدعاية وكل الأشياء التي تسمح بالبيع والتي تثقل الأسعار التي يتحملها المستهلك.

وإذا كانت كل من قنوات التوزيع القصيرة منها، والطويلة، لم تخل من الإنتقاد، لعدم جدوى الأولى ولزيادة التكاليف بالنسبة للثانية، ففي الحقيقة الأمر يتعلق بمدى فعالية كل مرحلة من مراحل التوزيع في تحقيق المردود الأمثل، وليس بطول أو قصر قناة التوزيع؛ من ذلك، فإذا كان دور الوسيط متخصصا، ويتناول حجما هاما من السلع، فبالضرورة سوف يكون ذلك الدور مربحا، سواء بالنسبة للمنتج أو المستهلك؛ وبالعكس، إذا كان ذلك الحجم الذي يتناوله الوسيط غير كاف، فإن ثقل التكاليف الثابتة سوف تحمل بها هوامش الأرباح، مما يؤدي إلى نقصانها. وأيضا أنه في حالة عدم تخصص الوسيط بصورة كافية، فإن إلغاءه يكون من العقلانية إقتصاديا.

المبحث الثالث

مفهوم توزيع الجملة للخضر والفواكه كنظام خاص

تقديم :

لقد ظهر توزيع الجملة في مرحلة متطورة من التوزيع المنظم وفق تطور النشاط الإقتصادي. إزدادت الحاجة إلى اللجوء إليه بعد النمو المتعاظم للإنتاج، بسبب زيادة التخصص والتقسيم الإجتماعي للعمل؛ سيما بالنسبة للإنتاج من أجل السوق. وقد لعب توزيع الجملة دورا هاما في تطوير الإنتاج، من خلال منافذ التصريف التي عجز توزيع التجزئة على تحقيقها، ومن خلال الإمكانيات المادية والبشرية التي أصبحت توظف فيه .

إن توزيع الجملة يرتبط بأسلوب الإنتاج السائد في المجتمع، وبشكل الملكية والعلاقات الإجتماعية التي تعكس هذا الشكل. وإذا كان نشاط التوزيع يعتبرحلقة أساسية في النشاط الإقتصادي، فإن توزيع الجملة أصبح يلعب الدورالحاسم والمحرك، من شانه أن يسمح بتوجيه النشاط الإقتصادي ككل.

من ذلك نجد أن توزيع الجملة يؤثرفي جميع مناحي الحياة الإقتصادية، وخاصة على الإنتاج، من خلال تامين تصريف المنتجات؛ وهي بذلك توفرالدافع إلى مواصلة الإنتاج، وتحرص على تطويره وتقدمه إذا ما استخدمت في ذلك الإتجاه؛ وهي تعمل على ربط المدينة بالريف .

سنتطرق إلى نشأة نشاط تسويق الجملة بالإقتصاديات الحرة بإعتبارها المهد الأولي له؛ وكيف تطور فيها، خاصة إذا علمنا أنه ظهرت قبل الحرب العالمية الثانية إتجاهات معادية له فما هي أسباب ذلك ؟ وكيف عاد مرة ثانية ليحتل الصدارة في المجال الإقتصادي ؟

ثم أن نشاط توزيع الجملة يشتغل به مجموعة من المتعاملين، تختلف فئاتهم حسب الوظيفة التي يقوم بها كل واحدة منها ؛ فما هي طبيعة هذه الفئات ؟ وما هو دورها ؟.

وحيث أن الأمر يتعلق بمنتجات الخضروالفوكه، وحتي يكون نظام التوزيع ملائما، فما هي خصائصها أي خصائص منتجات الخضروالفواكه؟ حتى يمكن تكييف نظام التوزيع هذا وفقها.

غير أن تحليل نشاط هذا النظام يستدعي الوقوف عند مجموعتين من العمليات، العمليات التوزيعية، والعمليات التجارية. ذلك هو ما سنعالجه في الفقرات التالية لهذا المبحث .

أولا : أهمية تصنيف المنتجات محل التوزيع

تعزا هذه الأهمية إلى تزايد عدد المنتجات وتزايد عدد مستهلكيها على مرالزمن. إنتشارهم جعل من المستحيل في أغلب الحالات أن يتعامل المنتج مباشرة مع المستهلكين؛ وعليه فإن إنشاء أجهزة للتوزيع أضحى أمرا ضروريا. وحتى تكون عملية التصريف عقلانية وفعالة، لابد من تصنيف هذه المنتجات في شكل مجموعات، كل واحدة منها تتضمن عددا من المنتجات تتوفر على خواص طبيعية متقاربة، حتى يمكن تكييف وفقها قناة التوزيع التي تتبعها؛ تراعى فيها خواصها الطبيعية أثناء العمليات التوزيعية المتعلقة بالنقل، والتخزين و التوضيب وغيرها .إذن تعتبرالخواص الطبيعية للناتج و هو في طريقه للمستهلك العامل الحاسم في إنتقاء طرق منافذ التوزيع الملائمة .و أنماط تنظيمها على المستوى الكلي .

إن تشابك المصالح ينذر بالصراع لإقتناء أوفر الأرباح؛ من أجل حماية بعض المصالح، نلاحظ تزايد تدخل الدولة بصورة عامة، بتدعيم النصوص التشريعية والتنظيمية، حيث بمقتضاها يتم العمل على ضبط نشاط التوزيع، وكذلك ضبط سلوك المتدخلين في التوزيع من مؤسسة وأفراد . وعادة ما يكون الشغل الشاغل للدولة هو حماية المستهلك، من خلال تدخل هيئاتها العمومية -وظهور منظمات للدفاع عن المستهلك في الدولة المتطورة- قصد فرض إحترام تطبيق الإجراءات القانونية المعمول بها في جميع أوجه النشاط الإقتصادي، كمراقبة الأسعار، مدى صلاحية المواد للإستهلاك، مدى شرعية المنتجات محل التوزيع وغيرها؛ الغرض من ذلك حماية القوة الشرائية للمستهلك، حفظ صحته، حماية المجتمع من الآفات الإجتماعية (المخدرات).

ثانيا: مفهوم توزيع الجملة

يختلف توزيع الجملة من ميدان لآخر، وفق طبيعة ونوع المنتجات التي تشكل موضوع نشاطه؛ فهو عادة ما يتعلق بشراء المنتجات مباشرة من مواقع إنتاجها بكمية كبيرة نسبيا وتصريفها على مستوى تجارة التجزئة؛ وأن أغلب التعاريف تنظر إلى توزيع الجملة من خلال الوظائف التي يقوم بها؛ فوظيفة الجملة تهدف إلى ضمان التموينات المنتظمة للمستعملين المهنيين الذين يقومون بإعادة بيع أو تحويل السلع المشتراة. وعلى هذا الأساس، فإن توزيع الجملة يتدخل على مستويين مختلفين من أجل ربط الصلة بين الصناعات التحويلية المتتالية، أو أنه يوصل آخر منتج بموزع التجزئة. عادة يرمي لتبسيط وتسهيل عملية المبادلة، وتحقيق الوفرات الإقتصادية.

وهناك التعريف الذي ينص «أن وظيفة الجملة تتضمن شراء السلع بصورة مستمرة، وبكميات هامة وتخزينها، لضمان التموين المنتظم للمستعملين المهنيين -تجار، صناعيين، حرفيين- دون البيع إلى المشترين الخاصين (المستهلكين)

(12- C.BROSSELIN. 1981.P.22.). وفي الحقيقة، فإن وظيفة الجملة هذه، تتضمنها جميع القنوات؛ سواء قام بها موزع الجملة أم لم يقم بها. فهي تهدف أساسا إلى ضمان إنتظام التدفقات السلعية، عبر الزمان والمكان من جهة، وتلبية إحتياجات المستهلكين عن طريق موزعي التجزئة من جهة أخرى.

إن توزيع الجملة يساهم في تنمية القيمة الإقتصادية للسلع من خلال المنفعة المكانية والمنفعة الزمنية، ومنفعة الملكية. فالمنفعة المكانية تتجسد من خلال نقل السلع من مواقع إنتاجها إلى مواقع إستهلاكها، ذلك هو موضوع عملية النقل؛ والمنفعة الزمنية تتحقق عن طريق عملية تخزين السلع إلى حين يظهرالطلب عليها؛ في حين أن منفعة الملكية تحدث عندما يحصل المستهلك على السلعة حيث تكون قيمة الحاجة التي تلبيها أكبر من قيمة ثمنها في شكل نقد، وإلا ما الداعي من إمتلاك هذه السلعة ؟.

لقد تعرض توزيع الجملة للنقد في بعض البلدان الرأسمالية المتقدمة خلال النصف الأول من هذا القرن، خاصة في ألمانيا الغربية من قبل رجال الصناعة من جهة، وأصحاب توزيع التجزئة من جهة ثانية؛ إلى جانب المستهلكين، باعتقادهم أنه يمكن الإستغناء عنه، لكونه نشاطا طفيليا لايضيف للسلعة قيمة كبيرة، وانه يعتمد في نشاطه على المضاربة، نتيجة المعرفة الوثيقة [illegible] بظروف

السوق والطابع الإحتكاري الذي تتميز به.

ونظرا لهذا الموقف من قبل الصناعة، فقد عمد موزعوا الجملة إلى توقيف دعمهم لها، خاصة في مجال تقديم الإئتمان، وفي مدّها بالإستشارات التقنية. من ذلك أصبحت الصناعة تقوم بنفسها بتامين إحتياجاتها من التمويل، والتموين بالمواد الأولية، وتقوم بدراسة السوق لإيجاد منافذ لتصريف إنتاجها؛ وهذا قصد تحررها من تجار الجملة. وقد ساعد ذلك أيضا في تطور منشآت التجزئة بدرجة كبيرة، التي كانت منظمة في شكل بيوت الأقسام، أو بيوت السلسلة والمجمعات السلعية الكبيرة التي كانت ترى أنه يمكن تقليص نفقاتها بواسطة الشراء المباشر من مواقع الإنتاج، دون المرور بتجارة الجملة؛ علاوة على تنظيم موزعي التجزئة الصغار لأنفسهم في شكل جمعيات، أو إتحادات، بهدف الإستفادة من المزايا التي يتوفر عليها كبار الموزعين .

وأمام هذه الوضعية، تحول بعض موزعي الجملة إلى ميادين أخرى، كالتصنيع والتجزئة وغير ذلك من الأعمال. في حين أن البعض منهم إستطاع مزاولة نشاطه متحديا تلك الصعوبات، بواسطة زيادة رفع كفاءة أدائهم. واستمر الوضع على هذه الحالة إلى غاية ما بعد الحرب العالمية الثانية، حيث عاد توزيع الجملة بوجه جديد، على إثرالإنتعاش الإقتصادي الذي حصل في ألمانيا الغربية، وذلك بإضافة خدمات جديدة لمتعامليهم؛ ورجعت لهم مكانتهم، وأصبحت المنشآت الصناعية تستعين بهم من جديد في تصريف منتجاتها بشكل واسع؛ وعندها تبين لأصحاب الصناعة أن قيامهم بوظيفة توزيع الجملة يكلفهم أعباءا كبيرة.

وهكذا رجع توزيع الجملة ليحتل مركزا مرموقا في العلاقة بين الإنتاج الصناعي من جهة، وتوزيع التجزئة من جهة أخرى بتقديم الخدمات المختلفة لكلا الطرفين. وصار أصحاب الصناعة يفضلون التعامل مع موزعي الجملة، نتيجة ضمان حجم أكبر من مبيعاتهم. وفي الحقيقة فإن توزيع الجملة هو عبارة عن عملية تبادل بين فئات الموزعين أنفسهم؛ تباع السلع من موزع إلى موزعين آخرين.

ويرى منير الحبش:«أن التمييز بين موزع الجملة وموزع التجزئة يكمن في المعيارين الأساسيين التاليين:

أ- أن عملية البيع تتم إلى موزعي التجزئة لإعادة بيعها إلى الأفراد من أجل الإستهلاك الخاص، وإلى أصحاب الصناعة، أو إلى الحرفيين قصد إستعمالاتهم المهنية.

ب - إن عملية الشراء والبيع تجري بصورة مستمرة وبكميات كبيرة نسبيا» (13 - منيرالحبش، سوريا . 1975. ص 34).

وقد تزداد أهمية توزيع الجملة من خلال الدو رالمنظم المتمثل في الفصل بين الإنتاج والإستهلاك؛ ويزداد حيوية عندما يتعلق الأمر بتصريف منتجات ذات طبيعة متميزة تتمثل في المنتجات الزراعية.

ثالثا: المتدخلون في نظام توزيع الجملة

تعتبرحلقة توزيع الجملة، أهم حلقة في قناة التوزيع، نظرالإمكانيات التي يتوفرعليها المتدخلون فيها، المتعلقة بقدرة الشراء بكميات كبيرة، ووسائل النقل والتخزين وغيرها. وهؤلاء المتدخلون هم على فئات عديدة ومتنوعة، يمكن تقسيمهم على مجموعتين من الوسطاء، الوسطاء الوظيفيون، والوسطاء التجاريون.

1 - الوسطاء الوظيفيون :

يتميز نشاط الوسطاء الوظيفيين بتعاملهم بالمنتجات من خلال بيعها و شرائها دون أن تنتقل ملكيتها لهم؛ وقد تنتقل حيازة تلك المنتجات إليهم، بيد أن مليكتها تبقى لصاحب السلعة الأصلي. يتميزنشاطهم هذا بصفة السمسرة والعمولة؛ كما يحتل نسبة هامة في مجال توزيع المواد الغذائية القابلة للتلف، خاصة منها منتجات الخضر والفواكه .

فالوسيط الوظيفي يقوم بعملية توزيع المنتجات، دون تحمل مخاطر البيع كلها الناجمة عن الفقدان الجزئي أو الكلي في قيمة السلعة، بل هو يتقاسمها مع البائع الأصلي للسلعة. غيرأن القانون التجاري بكل بلد هوالذي يحدد الأحكام التي تحكم نشاطهم في الحياة الإقتصادية.ومن الوكلاء الوظفيين، بصورة عامة :

1 . 1 - الوكيل بالعمولة :

وهوشخص طبيعي أو معنوي يضمن عملية تسليم السلعة من منتجها أو من صاحبها الأصلي بكونها أمانة قصد عرضها للبيع. وقد يتطلب منه تخزينها وعرضها على الزبائن بالشكل الملائم. كما يبحث في السوق عن أفضل فرص لتصريف السلع من حيث الشروط والأسعار. تتم عملية المبادلة عادة، بين صاحب السلعة والوكيل بعقد تحدد فيه مقدار العمولة، ومناطق الأسواق التي يجب إرتباطه بها من أجل توزيع تلك السلع. تتميز هذه العملية بكون العقد يتضمن أيضا، أن المنتج هو الذي يتحمل الأعباء التي يقدمها له الوكيل، في شكل قائمة بالمصاريف التي أنفقها في تصريف تلك السلعة، خلال الفترة المحددة في العقد.

2.1 - وكيل المنتج :

يختار المنتج الوكيل الذي يرغب في الإرتباط به بموجب عقد تحدد فيه عمولته؛ بالإضافة إلى تحديد الشروط العامة والخاصة للتوكيل؛ وكذا المناطق التي يعمل فيها وغيرها من الشروط. وبهذا ، يتميز عن الوكيل بالعمولة بكونه أكثر إرتباطا بالمنتج ، ويكاد أن يكون ممثله الخاص؛ يعمل تحت تصرفه ورقابته إلى حد بعيد. كما يمكن لهذا الوكيل أن يرتبط أيضا بمنتجين آخرين من أجل بيع منتجاتهم، لكن غالبا ما تكون هذه المنتجات متكاملة غير متنافسة؛ كما يمكن أن يقوم بعملية البيع المباشر إلى التجزئة أو الجملة. ويزداد دور وكيل المنتج أهمية عند ما يضطر المنتج إلى تقديم خدمات ما بعد البيع لمنتجاته كتصليح وصيانة السلع المعمرة.

3.1 - وكالات البيع :

هي منشآت مستقلة تهتم بتقديم خدمات تمويلية وتسويقية للمنتجين، لقاء عمولة محددة دون إمتلاك السلع محل التصريف؛ وتتميز بموجب صلاحيات أوسع من وكيل المنتج ؛ و نشاطها عبارة عن سوق، وأحيانا قد يمتد إلى الخارج من أجل التصدير والإستراد؛ بالإضافة إلى كونها تعمل على تحديد شروط البيع مثل السعر والتسليم والإئتمان وغيرها، دون الرجوع إلى المنتج أو المورد، كما أنها تقدم خدمات أخرى للمنتجين، كدراسة الأسواق وتقديم النصائح فيما يخص جودة السلع والنماذج إلى غير ذلك.

4.1 -السمسرة :

يتميز دور السمسار بانه أقل شانا من الوكيل بصورة عامة فيما يخص الإنتقال المادي للمنتجات من مراكزالشراء إلى مراكزالبيع. فلا تنتقل ملكية البضاعة إليه أوحيازتها. فالسمساريتدخل في نشاط التوزيع دون أن يملك وسائل للنقل أو التخزين أو العرض، إذ أنه يعمل كوسيط بين البائع والمشتري؛ حيث يقدم خدماته للبائع من خلال المعلومات حول حالة السوق و إتجاهاتها ونوع إحتياجات الزبائن وتقدير طلباتهم؛ و عن مستوى الأسعار السائدة وطبيعة السلع المتوفرة في السوق وغيرها؛ ومقابل هذا كله، يحصل على عمولة يتفق عليها مع البائع في كل مرة؛ هذا دون أن يكون له دخل في تمريرالناتج من البائع إلى المشتري. وعادة تبدو أهمية السمسار في توزيع المنتجات ذات الطابع الموسمي عندما يكون من العقلانية عدم وضع جهاز دائم من أجل توزيعها؛ علاوة على أن المؤسسات الصغيرة تحبذ التعامل مع السماسرة للإقتصاد في أعباء تنصيب جهاز من أجل البيع.

وأخيرا يمكن حصرتدخل الوكلاء الوظيفيين في الجوانب التالية :

- التوزيع : ويعتبر الدور الأساسي الذي يقوم به الوكيل بمراكز التسويق؛ وذلك من خلال بحثه عن أفضل فرص شراء السلع لزبائنه، وتوزيعها لهم في ظل ظروف أحسن كذلك.
- الإعلام : يعلم الوكيل الوظيفي المنتجين حول إمكانيات و احتياجات المستهلكين من جهة، كما يعلم كذلك المستهلكين ويعرفهم بالمنتجات المعروضة عليهم من جهة أخرى.
- تحديد الأسعار: إن الوكيل غالبا ما يعمد إلى تحديد سعر البيع؛ وهذا من خلال مقابلة العرض والطلب عند ما يكون ممثلا لأحد الأطراف أو لكليهما. كما يمكن للوكيل الوظيفي أن يمارس نشاطا ماديا من خلال تلقيه للسلع و و ضعها بمحلاته وبيعها وتحصيل ثمنها ويسوي موكليه.

تتغير أهمية الوكالة حسب طبيعة الناتج، وتكون معتبرة طبعا في المنتجات ذات قيمة أحادية ضعيفة، كالمواد الغذائية الأكثر قابلية للتلف، وتنخفض بالنسبة للمنتجات الأقل قابلية للتلف.

2 - الوسطاء التجاريون :

وهم وسطاء مستقرون في نشاط توزيع الجملة. وقد يتوفرون على الوسائل المادية، والبشرية اللازمة لممارسة هذا النشاط؛ وهو نشاط يتمثل في شراء المنتجات من مواقع إنتاجها، وبيعها باسواق الجملة، أوبيعها بالجملة بمحلاتهم، وذلك لحسابهم الخاص، حيث تنتقل ملكية السلع لهم. ويكون تحديد الأسعار على أساس الحالة الظرفية للسوق، وفقا لقانون العرض والطلب؛ الأمر الذي يؤدي بهم إلى تحمل مخاطر الخسارة، أو الربح. وفي هذا الصدد نجد نوعين من الوسطاء التجاريين : تجار الجملة، وتجار نصف الجملة.

2 . 1 - تجار الجملة :

وهم وسطاء تجاريون مستقرون. يمارسون نشاط توزيع الجملة بإمكانياتهم المادية و البشرية الخاصة. فهم يحتلون مراكز أساسية في قناة التوزيع؛ غير أن ذلك يرتبط بطبيعة ونوع المنتجات محل التوزيع. يتعامل تجار الجملة عند المنبع حسب طول القناة ؛ فقد يتعاملون مباشرة مع المنتجين أوبصورة غير مباشرة عن طريق أحد الوسطاء الوظيفيين أو أكثر . أما عند المصب، فقد يكون التعامل مباشرة مع تاجر التجزئة أو عن طريق تاجر نصف الجملة ، وذلك حسب الحالة.

2.2 - تجار نصف الجملة :

هذه الفئة من التجارتمتازبنفس الخصائص والميزات التي تمتازبها فئة تجارالجملة؛ إلا أن تعاملها على مستوى المنبع يكون مباشرة مع تجارالجملة؛ أما على مستوى المصب، فيتم مع تجار التجزئة.

وتجدر الإشارة إلى أن أهمية الوسطاء التجاريين تزداد كلما كانت المنتجات غيرقابلة للتلف، وتحتاج إلى فترة تخزين أطول. كما أنها تتطلب إمكانيات مادية كبيرة تتعلق بالنقل التخزين، و غيرها من العمليات التوزيعية.

رابعا: خصائص المنتجات، محل التوزيع

ينفرد الإنتاج الزراعي بجملة من الخصائص التي يجب أخذها بعين الإعتبار أثناء عملية التوزيع؛ وهي عديدة ومتنوعة. سوف نقتصر على تلك المتعلقة بإنتاجها، ثم تلك المتعلقة باستهلاكها.

1 - الخصائص المتعلقة بالإنتاج :

أ- القابلية للتلف :

تتميز المنتجات الزراعية بقابليتها للتلف، لكونها منتجات حية؛ إذ حتى بالنسبة للحبوب التي يمكن تخزينها لمدة طويلة نسبيا، فإنه لا يمكن باي حال من الأحوال تخزينها إلى مالا نهاية. في حين أن المنتجات النباتية لايتجاوز حفظها بضعة أيام، باعتبار المستهلك لايرغب في استهلاك تلك المواد، إلاوهي في حالة من الطزاجة الجيدة. من ذلك، فإن عملية التخزين في ظل شروط توضيب ملائمة تعتبر ضرورية لحفظ المنتجات والزيادة من فترة حياته؛ غير أن ما يحد من ذلك هو إرتفاع التكاليف.

في البلدان المتخلفة، يلاحظ أن خسائر التلف تحصل بمناسبة التخزين خاصة على مستوى توزيع الجملة، لنقص الإمكانيات في مجال التوزيع. على خلاف من البلدان الغنية التي تبلغ فيها خسائر التلف درجة عالية ليس على مستوى التخزين، بل على مستوى الإستهلاك. فالخسائر الناجمة عن تقشيرالخضر مثلا تصل إلى 35٪ من مشتريات التجزئة؛ علاوة عن تلك التي تعود إلى طبيعة ونمط الإستهلاك العائلي في هذه البلدان.

وعلى المستوى العالمي فإن الخسائرالناجمة عن التلف في المحاصيل المقلية تقدر ب 10٪ من قيمة إنتاجها في إطارعملية التخزين (14- H. FARCY. 1967.P. 4) .

ب - التقلبات الموسمية (موسمية الإنتاج) :

يخضع الإنتاج الزراعي علاوة عن الإمكانيات المادية والمالية، إلى مجموعة من العوامل الطبيعية والمناخية؛ لاسيما بالنسبة للمنتاجات النباتية؛ منها التي تعتبر أكثر موسمية. وعليه يكون إنتاجها متغيرا من منطقة لأخرى حسب درجة خصوبة التربة و منسوب سقوط الأمطارو ظروف الأحوال الجوية؛ وهذه الأخيرة يمكن أن تتغير من موسم لآخر، بل وحتى خلال نفس الموسم الواحد. وإلى حد كبير، فإن التحكم فيها يتجاوز إرادة الإنسان، وهو ما يؤثر بالضرورة على مردود الإنتاج.

وبالرغم من المجهودات المبذولة من أجل التغلب على هذه العوامل عن طريق إستصلاح المزيد من الأراضي، والتحكم في الظروف المناخية بواسطة الزراعة المكيفة تحت البيوت البلاستكية قصد التقليل من موسمية الإنتاج بتوفيره خلال أطول فترة ممكنة من السنة، فإن المشكلة لاتزال قائمة، نظرا لثقل التكاليف المنفقة في ذلك؛ خاصة بالنسبة للدول محدودة الإمكانيات، حيث تبقى عملية التوازن بين الإنتاج والإستهلاك عن طريق التوزيع عملية صعبة. فمن جهة، قد يثقل كاهل المستهلك في حالة ندرة المنتجات نظرا لإرتفاع أثمانها، ومن جهة أخرى قد يثقل كاهل المنتج في حالة الوفرة الكبيرة في الإنتاج التي يرافقها إنخفاض شديد في الأثمان.

2 - الخصائص المتعلقة بالإستهلاك :

أ - ضرورية الإستهلاك :

يصل متوسط حجم إستهلاك الفرد سنويا من المواد الغذائية في بعض الدول المتقدمة ما بين 600 و800 كلغ، منها 50 كلغ خضر، و36 كلغ فواكه؛ وهي مواد تشترى من يوم لآخر؛ وتعتبر ضرورية لحياة الفرد، من أجل نموه وتجديد طاقته. و طبيعة الحاجة الضرورية هذه، تجعل مجموعة المستهلكين يفرضون ضغوطا على السلطات العمومية من أجل تخفيض الإسعار.

ب - النوعية :

المستهلك حساس لما يسمى بالنوعية. وهذا الجانب له أهمية بالنسبة للمنتجات الزراعية، سيما منها منتجات الخضروالفواكه؛ حيث أن المستهلك لابد وأن تكون له فكرة منطقية حول الحالة التي يعرض فيها المنتوج، ليتمكن من إصدار الحكم فيما يخص الجودة ثم بعد ذلك الشراء؛ وهوحكم نسبي، وأحيانا يكون ذاتيا، لإرتباطه بأذواق وعادات وتقاليد الأفراد ونمط إستهلاكهم. غير أنه توجد

معايير موضوعية وأساسية يجب أن تتوفر في المنتوج، لكي يوصف بانه جيد ومن ثم زيادة القبول عليه؛ وهي معاييرتتمثل في النضج التام، السلامة من الأمراض الحشرية والبكتيرية وغيرها من الأمراض الأخرى، الخلاء من الأطراف والزوائد العالقة بالمنتوج، علاوة على نظافته.

كما أنه لا يعقل، القول بانه يمكن عرض هذه المنتجات في شكل جذاب جميل بغرض إنتظارإقبال شديد عليها من قبل الزبائن. المستهلك يتذوق بفمه وليس بعينه، كما أنه لابد من الأخذ بعين الإعتبارمدى إمكانية قدرة المستهلك لدفع ثمن ذلك المنتوج.

خامسا: تحليل نشاط نظام توزيع الجملة للخضرو الفواكه

تحصل عملية التوزيع بالجملة كما بينا سابقا من خلال القيام بعملية الفصل بين مجموعة المنتجين من جهة، ومجموعة موزعي التجزئة والمستعملين الصناعيين والمهنيين من جهة ثانية، في الزمان والمكان ونقل الملكية. فموزع الجملة، هو ذلك الوسيط الذي يكون ملتزما بالأساس، بتموين المشترين المهنيين الذين لهم وظيفة تحويل هذه المنتجات؛ وكذلك تمويل المشترين قصد إعادة بيعها على حالها

وقد تعالت صيحات عالية منددة بوسطاء الجملة في العديد من البلدان، كونهم السبب في إرتفاع الأثمان، نتيجة احتجازهم أكبرقسم من الأرباح خلال عملية توزيع المنتجات مقابل خدمات ووظائف رديئة تقدمها للمنتجين وموزعي التجزئة، لذلك طالبوا بإتباع حلقة التوزيع القصيرة التي ينعدم فيها نشاط الجملة بصورة مستقلة واضحة؛ غير أنه حتى في هذه الحالة، فإن وظائف توزيع الجملة لا يمكن إلغاؤها باي حال من الأحوال، إذ تبقى موجودة؛ ويقوم بها المنتج أوموزع التجزئة بصورة ضمنية. وتزداد الحاجة إلى وظائف الجملة بالخصوص من طرف المنتجين، وموزعي التجزئة الأشد قوة و الأكثر حيوية.

وفي الحقيقة توجد مجموعة من العمليات الوظائفية تقوم بها شبكة توزيع الجملة؛ وبتطور هذه الأخيرة تزداد تلك العمليات تنوعا وتعقيدا، كما يوجد لهذه العمليات عدة ترتيبات وتصنيفات منها ذلك التصنيف الذي يعمل به العديد من الإقتصاديين (15. E.LANGEAR, J. MEYER. FRANCE. 1977. P.4) والذي يقسم العمليات الوظائفية للتوزيع إلى عمليات وظائفية توزيعية، وعمليات وظائفية تجارية؛ وهو تصنيف يعتمد إشتراك كل مجموعة في خواص معينة. وفيما يلي

تأتي معالجتها.

1- تحليل العمليات التوزيعية :

وهي تتعلق بمجموعة العمليات التي لها صلة مشتركةبالجانب العيني للمنتجات،وتخص ضوابط تصنيف المنتجات (Normalisation)، تكييفها -Condition) nement) تخزينها (Stockage)، نقلها (Transport).

1. 1 - المعايرة : (ضوابط التصنيف) (Normalisation)

إن فرزالمنتجات حسب النوع و الصنف، وترتيبها حسب كل درجة من درجات الجودة ووضعها في عبوات بوحدات متجانسة من حيث الوزن والشكل؛ ذلك هو موضوع ضوابط التصنيف.

وأن ضوابط التصنيف المطبقة على منتجات الخضر والفواكه الطرية محل توزيع الجملة، من شأنها تساعد على تسهيل أداء العمليات الأخرى التالية :

* النقل : بإقتلاع الأجزاء غيرالصالحة من المنتجات، يجعلنا ننقل كميات أكبرمن المنتجات السليمة (أحيانا من أصل 5 طن، يتم نقل 2 طن من الزوائد، في حالة عدم إحترام ضوابط التصنيف) بالإضافة إلى توحيد عبوات المنتجات.

* الحفظ : بتنحية الفواكه التالفة (Gatés) التي تنقل العدوى لأخرى نزيد في حفظ المنتج لمدة أطول.

* التوزيع : بإشباع المنتوج لرغبات المشتري، يمكنه أن يطلب منتوجا آخردون أن يشترط فحصه وقلبه مرة ثانية.

* البيع نفسه : بما أن الكمية ذات درجات جودة مختلطة، فإن ثمنها يميل إلى درجة الجودة المنخفضة.

ولذا فإن ضبط التصنيف يسمح لكل درجة جودة بالحصول على قيمتها الكاملة (14- H. FARCY. 1967. Fascicule 1331. P.3.). وتعتبرضوابط التصنيف (المعايرة) المطبقة على منتجات الخضر و الفواكه بين بلدان منظمة التعاون والتنمية الإقتصادية (OCDE) محددة بصورة مضبوطة وثابتة من حيث الزمان والمكان. وهي في نفس الوقت ضوابط تصنيف (معايرة) دولية، وضعت مبدئيا لغرض تنظيم الصادرات والواردات ولتصبح إبتداءا من سنة 1962 إجبارية بالنسبة للمبادلات بين دول المجموعة الإقتصادية الأوربية (CEE)؛ ولينتقل تطبيقها إلى الأسواق الداخلية لهذه الدول.

إن هذه المعاييرتأخذ بعين الإعتبارأدنى حد من الخصائص القابلة للتطبيق، بالنسبة لكل المنتجات المسوقة؛ وهي نفسها الواردة في النصوص التشريعية

الجزائرية والتي تنص على أن تكون هذه المنتجات :
- كاملة، سليمة و مقاومة.
- نظيفة.
- خالية من الرطوبة الخارجية الغيرالعادية.
- خالية من كل رائحة غريبة.
- تامة النمو، ذات نضج يتطابق مع النقل والتوزيع.
بالإضافة إلى تصنيفات أخرى حسب المنتوج، ومجموعة المنتجات وحسب القيمة التجارية لها أيضا.

وعليه فإن ضوابط التصنيف (المعايرة) تعتبر مضاعف لسرعة المبيعات التي تزيد منها على مستوى توزيع الجملة؛ كما يجب أن تتم بالنسبة للخضر و الفواكه على مستوى الإنتاج أو أن تكون قريبة منه بقدر الإمكان.

1 . 2 - التوضيب : (التكييف) (Conditionnement)

فالتوضيب (التكييف) هوعملية تتعلق بمعالجة المنتجات، كل منها حسب خصائصه الطبيعية، بطرق وأساليب علمية، من شانها تسمح بتهيئة المنتوج والمحافظة على سلامته إلى غاية وصوله إلى المشتري. وحسب الحالة، فإن هذه العملية قد تتم إما على مستوى الإنتاج، عندما يكون المنتوج يمتاز بدرجة حفظ جيدة (كوضع التفاح في أكياس من السيلوفان)؛ و إما على مستوى التجزئة عندما يكون المنتوج حساسا جدا، أو عندما يريد صاحب التجزئة إستغلال أوقات فراغه، بتكييف المنتجات؛ وإما على مستوى الجملة، عن طريق مصانع التكييف المجهزة خصيصا لكل نوع من المنتجات، كمصانع تكييف التمورالواقعة بمنطقة الإنتاج ببسكرة وبشرق الجزائر، ومصانع تكييف الحوامض بالمحمدية بغرب البلاد، وهي نواحي متخصصة في الإنتاج .

وهناك من يخلط بين التوضيب والتعبئة، بإعتبارهما عمليتين مترافقتين بالنسبة لبعض المنتجات؛ إذ أنه بالنسبة للفواكه، يجب التمييز بين العبوة المتمثلة في الصندوق الخشبي المسطح (Plateau en bois palettisable) ، والتكييف المتمثل بكل ما يحميه (نشا النجارة، الورق الخاص ..> إلخ) وبكل ما يزينه (أحزمة التزين، الأشرطة الإعلانية الملونة ...إلخ). ومهما يكن، فإن عملية التكييف، يمكن تمييزها، من خلال الوظائف التالية التي تقوم بها :

- حماية المنتوجات من الآثار الميكانيكية والإصابات بالميكروبات، خاصة عندما يكون المنتوج حساسا لها، كمنتجات بعض الفواكه .
- تبسيط الخدمات المقدمة إلى موزعي التجزئة. إذ نجد حاليا، أغلب المنتجات

مكيفة ؛ وأن المستهلك الآن، بإمكانه أن ياخذ بنفسه ما يشاء منها من رفوف محلات توزيع التجزئة و التي يجد موزع التجزئة نفس إمتيازات المستهلك ، حيث بإمكانه إلغاء مناصب عدة بائعين والتي عوضتهم عملية التكييف.

- تسهيل الخدمات؛ عن طريق الشكل العقلاني الذي يباع به المنتوج في العبوات، يسمح بتكييف وتخزين أسهل لدى موزع التجزئة والمستهلك؛ مما يؤدي إلى ربح في الوقت وفي المكان؛ كما هي أيضا عملية سهلة التطبيق.

- جذب المستهلكين؛ إن إعطاء للمشتري نظرة صحيحة حول المنتوج، من أهم الأهداف الأساسية التي تؤديها وظيفة التكييف. كما يجب أن تقوم أيضا بعملية ترقية المبيعات، وهي التي تعوض البائع بإعتبارها «بائع هادىء»؛ وإنطلاقا من ذلك يمكن طرح السؤال التالي : هل يجب السماح أم لابرؤية المنتوج المحتوي في العبوة ؟ . يوجد في بعض الحالات حيث أن تقنيات التكييف لاتسمح بذلك، كعلب المصبرات فيستعاض بالشريط الملصق علي العلبة، المصورعليه المنتوج أحيانا بالألوان الطبيعية المفضلة؛ لكن رؤية المنتوج نفسه، يمكن أن تكون في بعض الأحيان عنصرا جذابا، وتكون ضرورية بالنسبة للبعض الآخر.

- وسيلة للإعلان : هناك غموض حول هذه النقطة؛ فالتكييف، قبل كل شيء، دعامة للعلامة، يسمح بالتعريف بالمنتوج، بصورة صحيحة. كما أنه يشير إلى كل المعلومات المطلوبة من قبل السوق، أو من النظام المعمول به من طرف مصالح قمع المخالفات التابعة للسلطات العمومية.

1 . 3 - التعبئة (العبوة) (Emballage) :

فالعبوة أو(التعبئة) : هي الحاوية التي تضم بداخلها مجموعة من بعض العناصر المكيفة قصد تسهيل عملية النقل. وكما أشرنا، فإن العبارتين : تكييف وتعبئة، غالبا ما يعني أحدهما للأخر لدى البعض؛ غير أنه يمكن تمييز التعبئة، من خلال الوظائف التي تؤديها، وهي كالتا لي :

- حماية المنتوج من الآثار الميكانيكية، علاوة عن تلك التي توفرها عملية التكييف، فهي إذن حماية إضافية.
- تسمح بتسهيل عملية النقل من المنتج إلى الموزع بواسطة تجميع الوحدات المكيفة.
- تعتبر أداة مدعمة لوظيفة الإعلان، لما تحمله العبوة من علامات وإشارات تزيد من قوة الإشهار.

1 . 4 - التخزين (STOCKAGE) :

تعتبر عملية التخزين وظيفة توزيعية هامة ، تهدف إلى الإحتفاظ بالمنتجات المشتراة، في ظل شروط تخزين مناسبة، تمهيدا لعرضها، ومن ثم بيعها. فهي إذن تضفي على المنتوج منفعة زمنية. إن المنتجات الزراعية ليس كلها دائما، موجهة لمراكز الإستهلاك بمجرد جمعها، بل يخزن الفائض منها لمدة قد تقصرأوتطول.ذلك ما يؤدي إلى إنتظام و«لاموسمية » (Désaisonnaliser) توزيعها، بإمتداد عرضها عبر الزمن. إن الحاجة إلى التخزين تعود إلى :

- كون بعض المنتجات لديها فرق في الزمن بين إنتاجها الذي هو موسمي وإستهلاكها المنتظم و الذي يتوزع على مدارالسنة.
- الحالة الظرفية لفيّض الإنتاج، فيما يخص منتوج معين، خلال بعض الأوقات وحالة الإستهلاك التي تكون مستقرة، بحيث لا يمكنه إمتصاص أوإستهلاك كل ذلك الفائض خلال تلك الفترة.

من ذلك تستدعي الضرورة، القيام بعملية التخزين؛ وهذا قصد تمديد إستهلاك المنتجات الموسمية. وحسب طبيعة المنتوج، يمكن تخزينه على حاله (تفاح، إجاص، بطاطس، بصل ...) مع أخذ بعض الإحتياطات، أو القيام بتخزينها بعد تحويلها (مصبرات الخضر و الفواكه) ، أو أيضا تخزين المنتوج الذي يكون من طبيعته لا يستهلك إلا بعد تحويله (شمندر السكر).

فالتخزين إذن يسمح بالتحكم من خلال تصريف المنتجات المخزنة، بالكميات الكافية لتلبية الطلب؛ وهو يؤدي وظيفتين هامتين :

- يضيف للمنتوج قيمة إضافية بعرضه على المستهلك خلال الأوقات الشاغرة (Périodes Creuses) (التفاح، الإجاص، في الشتاء).
- عقلنة السوق، بتجنب العرض الكبير للمنتوج خلال فترة تدني الأثمان.

ويعتبر التخزين عنصرا أساسيا للإقتصاد العصري؛ إذ لا يمكن التفكير باي حال من الأحوال قيام المستهلكين أنفسهم بتخزين كميات مستقرة من المنتجات التي تكون ضرورية لمدة سنة؛ لذلك توكل هذه المهمة إلى المنتجين المحولين، المفاوضين أو الموزعين بالجملة من أجل عرضها تدريجيا وبصورة منتظمة. غير أن تكاليف الإيداع تعتبر أحد العناصر في تشكيل أثمان الخضر والفواكه عندالتوزيع، والتي تدخل ضمن النفقات الثابتة كالتعبيئة، المناولة (Manipulation)، والنقل.

وعليه يجب أن تكون المنتجات منتقاة، بتنحية المنتجات غيرالتامة النمو، والتي لا يمكن إستكمال تطورها الفيزيولوجي؛ كذلك تنحية المنتجات المفرطة في النضج؛ ويتم هذا ليس فقط بالإخذ بعين الإعتبارمدة التخزين المرغوب فيها، بل

أيضا مدة وشروط نقل الخضر والفواكه فيما بعد . وأن عمليات التخزين والتعبئة والإرسال (Expédition) هي غالبا ما تتم على مستوى مواقع الإنتاج بمحطات تكييف الفواكه، المنشاة من قبل المنتجين الذين غالبا ما يتجمعون في مجموعات، أو من قبل المفاوضين.

ويمكن تصور حفظ الفواكه بكل بساطة، على أنها«رواقا فسيحا للتكييف، وأقسام تبريد مكونة من غرف تبريد كبيرة، مهوأة».P. 1970 .Paris .16-O.C.D.E) (30. وقد حدد الحجم الأدنى لمحطة حفظ الفواكه في فرنسا ب 3000 طنا، وأبعاد رواق التكييف مقدرة على أساس 20 م2 لكل طن من الفواكه المكيفة في اليوم. إن حرارة غرف التخزين المسماة بالموجبة تتراوح ما بين 0 و 4 درجة مائوية و مدة التخزين بها •تتراوح ما بين 6 و7 أشهر من الفواكه ذات البذرة17-B.YON) 1976. P.197(ولتفادي الأمراض الفيزيولوجية، يستعان غالبا بما يسمى بمساعد التبريد الذي من شانه يضمن حفظ هذه الفواكه في ظل مناخ إصطناعي فقير من الاكسجين، وغني بغاز الكربون، ويسمى بالمناخ المراقب، حيث يكون خليطا متكونا من 3٪ أكسجين،و3٪ إلى 5 ٪ من غاز الكربون، ومن 92 ٪ إلى 94 ٪ من الآزوت. بفرنسا، يستعمل المناخ المراقب بنسبة 10٪ إلى 20٪ من محصول بعض أصناف التفاح مثل ال «غلدن ديليسيوز» (GOLDEN DELICIOUS) ، الذي أصبح تقريبا في فرنسا «لاموسميا» (Désaisonnalisé) .

غير أن تكلفة إنشاء غرفة تبريد واحدة، ذات مناخ مراقب (Controlé) تكون أعلى بنسبة 40 إلى 50٪ من غرفة التبريد ذات مناخ عادي؛ علاوة على ارتفاع تكاليف الإستغلال التي تقدر ب 25% . إن هذا الفرق في النفقات، لابد من تعويضه عن طريق الرفع من أثمان البيع خلال الفترات الشاغرة.

1 . 5 - النقل (Transport) :

تحتل عملية النقل مكانة إقتصادية هامة بالنسبة لنشاط التوزيع، من خلال قيامها بنقل المنتجات من مواقع إنتاجها أو تخزينها إلى مواقع توزيعها؛ محققة بذلك منفعة مكانية لها . ونظرا للتطور الذي عرفه هذا الفرع من نشاط التوزيع، حيث أصبح يهتم كذلك بالمحافظة على نوعية المنتجات إلى غاية نقطة وصولها النهائية، مسا هما في تحقيق المنفعة المكانية . ونشير أنه لا يدخل في موضوعنا عمليات النقل التي تجري بين مواقع الإنتاج والتحويل أو عمليات النقل الوسطية المرافقة للعمليات التحويلية؛ بل سنهتم بذلك النوع الذي يخص نقل

المنتجات من أماكن إنتاجها إلى مواقع توزيعها؛ وهو ما يسمى «بالنقل من أجل البيع ». ويزداد دورهذه الوظيفة أهمية نظرا لطابع التشتت بالنسبة للإنتاج الزراعي من جهة، وحتمية انتظام تلبية حاجات الإستهلاك من جهة ثانية. وهي وظيفة تزداد تعقيدا مع تباعد المسافات والمرتبطة بزيادة التكاليف؛ وهذه الأخيرة تختلف تبعا لطبيعة المنتجات وخصائصها كالحجم ، الوزن والقابلية للتلف،التي وفقها يمكن تحديد وسيلة النقل المناسبة : النقل البري ، البحري، النهري، السكك الحديدية ، ، أو النقل الجوي. النقل النهري مرتبط بجغرافية البلاد، فيما إذا كانت تتوفر على ممرات نهرية؛ وتعتبر هذه الوسيلة محدودة لكونها تقتصرعلى عدد قليل نسبيا من الدول. كذلك فإن النقل البحري يرتبط أيضا بالموقع الجغرافي للبلد، فيما إذا كان يطل على البحار والمحيطات؛ وهي ميزة تتوفر عليها كثير من بلدان العالم، وتعتبر أهم شبكة نقل دولية لنقل السلع على مختلف أنواعها. أما النقل الجوي فلا يزال محدودا ، بسبب إرتفاع تكاليفه. يلجأ إليه في حالة تعذر استخدام الأنواع الأخرى؛ فمثلا تكاليف نقل الخضر والفواكه من لبنان إلى الظهران 1800 كلم بالخليج العربي، هي نفسها سواء بالطائرة أو بالشاحنة ، نظرا لصعوبة النقل البري. كما يستخدم أيضا في نقل الخضر والفواكه المبكرة ، سيما منها السريعة التلف (18-J.C.ABBOT F.A.O. OCT.1956). غير أن النقل بواسطة السكك الحديدية تاتي في الدرجة الثانية، من حيث انخفاض التكاليف؛ كما أنها تضمن نقل كميات هامة على مسافات بعيدة؛ علاوة على توفره على مقطورات مجهزة تقنيا، مهياة ومكيفة، من شأنها تسمح بنقل المنتجات، خاصة منها القابلة للتلف في ظل شروط ملائمة؛ بالإضافة إلى عامل السرعة، ودقة مواعيد انطلاقه ووصوله، من مراكز الإنتاج إلى مراكز الإستقبال و التوزيع . إن تكاليف هذا النوع من وسائل النقل تزيد بنسبة أقل مع نسبة زيادة الكميات المحمولة، وزيادة المسافات. وأن مميزات النقل في شكل مقطورات كاملة، قد حث باعثي السلع إلى نفس الأماكن إلى تجميع كمياتهم وإرسالها جملة واحدة بمقطورات كاملة، قصد الإستفادة من إنخفاض التكاليف . والجدول التالي يبين ذلك :

تكلفة نقل الطن الواحد من الخضر والفواكه

الكميات / المسافة	وحدات من 60 كلغ	بواسطة مقطورات كاملة	
		3 طن	12 طن
306 كلم	243 ف.ف	101 ف.ف	37 ف.ف
798 كلم	419 ف.ف	200 ف.ف	77 ف.ف
1400 كلم	919 ف.ف	305 ف.ف	123 ف.ف

المصدر: (14.H. FARCY. Distribution Fasc 1331. Paris 1967. p .6)

(جدول رقم 1)

وهو ما أدى إلى نشوء فئة من الوسطاء المتخصصين في إرسال السلع.
أما بالنسبة للحمولات المتوسطة، والتسليمات المتكررة بإستمرار، فإن وسائل النقل المفضلة والأكثر عملية هي النقل البري باستعمال الشاحنات الكبيرة منها أو الصغيرة؛ حيث نجد أن هذا النوع يضمن أكبر نسبة في تموين مراكز التوزيع ومن ثم مراكز الإستهلاك.

وبهذا الصدد «يشير برنارإيون» (BERNARD YON). «لا يوجد على حد علمنا إحصائيات دقيقة بنقل الكميات المتعلقة بالمنتوجات الفلاحية، لكن توجد إحصائيات إجمالية تشير إلى البنية العامة »(17- B. YON . 1976 . P . 220)

نسبة الكميات (%) المنقولة ، حسب نوع النقل بالنسبة للفترة الماضية القريبة
(جميع المواد والمنتوجات)

	بواسطة البر	بواسطة سكك الحديد	الملاحة: البحرية	الملاحة: النهرية	إجمالي	بواسطة الجو زيادة عن % الإجمالية
الواردات	10	8	77	5	100	0,1
الصادرات	24	32	23	21	100	0,1
حركة النقل الداخلية	80	14	-	6	100	0,5

المصدر: (14 - Les transports en Frnce Mai 1973 P42, Cité par B YON 1976 P 221)

(جدول رقم2)

وبالنسبة لمنتجات الخضروالفواكه، فإن بنية حركة النقل يمكن توضيحها حسب المؤشرات التالية : بالسكك الحديدية 30٪ ، بالبر 69٪ ، بالجو 1 ٪ (17-B.YON.Paris.1976 P221). من ذلك تبدو أهمية وسيطرة النقل البري بالدرجة الأولى، ثم بالسكك الحديدية وأخيراالنقل الجوي بنسبة ضئيلة جدا.

وعليه ومن أجل إيجاد الحلول المثلى لمشاكل النقل، بإي وسيلة من الوسائل التي أشرنا إليها، خاصة وأن وظيفة النقل تشكل نسبة ملحوظة من مجموع تكاليف التسويق، وكذلك من أجل إيجاد الكفاية في أداء هذه الوظيفة ذلك هو موضوع البرمجة الخطية وبحوث العمليات.

2 - تحليل العمليات التجارية :

إذا كانت العمليات التوزيعية تبدو ذات أهمية بالغة، لكونها تتعلق مباشرة بالجانب المادي للمنتوج، من خلال مساهمتها المباشرة في المحافظة ، وضمان وصول تلك السلعة، من موقع إنتاجها إلى موقع استعمالها، مضيفة عليها قيمة جديدة. إلا أنه غالبا ماتعطى أهمية أقل إلى العمليات التجارية، بإعتبارها لاتبدو ظاهرة مباشرة للعيان؛ بالرغم من أن لها دورا رئيسيا في ميدان التوزيع هذا؛ و سنقتصرعلى العمليات التي تخص منتجات الخضروالفواكه والمتعلقة بالمبادلة، وتحديد الأسعاروالأخطاروالتي ياتي تفصيلها في الفقرات التالية :

2 . 1 - المبادلة :

تعتبر عملية المبادلة ضرورية لكل عملية توزيع ؛فهي تتضمن شراءالمنتوج من منتج أو بائع، ثم بيعه لمشتر آخر. وهي تأخذ طابعا خاصا عند مايتعلق الأمر بمنتجات الخضروالفواكه التي تتميز بقابليتها للتلف؛ مما يتطلب من العملية السرعة في التنفيذ و في اتخاذ قرارات الشراء والبيع. والميزة الثانية، تتمثل في تعدد المنتجين وتغيرتواريخ الإنتاج. أما الثالثة، فتخص تعدد المشترين وعملية التموين المنتظم.

ومن أجل توضيح مدى درجة تعقيد عملية المبادلة في نشاط التوزيع بالجملة، لندرج مثا ل وكيل بالعمولة بأحد الأسواق المركزية للخضر والفواكه، حيث يتلقى كميات كبيرة من أسواق الإنتاج المختلفة، والمطلوب منه بيعها لموزعي التجزئة. يكون إهتمامه التموين المنتظم حتى يتمكن من المحافظة على زبائن قارين، وتدعيم أسعاره؛ ذلك ما يجبره على بذل المزيد من الجهود المتواصلة، قصد ضمان تموين منطقة تعاني من عجز في الإنتاج بأخرى بها فائض. وهو بذلك يواجه حالتين متناقضتين، لابد من التكيف معهما؛ حالة تدفق كميات بصورة غير منتظمة، بسبب شروط الإنتاج المواتية جدا ، وحالة البحث على موردين لضمان عملية

التلحيم بسبب قلة الإنتاج الناجم عن ظروف الإنتاج الغير المواتية.

كماأن عملية المبادلة قد تواجه بعض الصعوبات المتعلقة بوظيفتي التجميع والتجزيء؛ وهي عمليات غالبا ما تتم بكميات صغيرة ومتنوعة، إذ تعتبر مكلفة. كما أن من وظائف المبادلة إبرام العقد الذي بمقتضاه يقبل المشتري الثمن الذي يدفعه مقابل السلعة التي يأخذها.

2.2 - تشكيل الأسعار:

تحدد الأسعار وفقا لتحديد التكاليف، التي بدورها تختلف حسب طبيعة المنتوج و مستوى وجوده عند الإنتاج، التوزيع، أو الأستهلاك. غير أن لأسعارالمنتجات الزراعية خصائص متميزة تختلف عن الأسعار الصناعية، نظرا لصعوبة تقديرالتكاليف عند الإنتاج من جهة، وما تتطلبه من عناية مكلفة على مستوى التوزيع.

2 .2 .1 - على مستوى الإنتاج :

إذا كانت قدرة المنتج الزراعي في التاثير على حجم الإنتاج بزيادة المساحة المزورعة أو بالزراعة المكثفة ممكنة، فإن نتائج عمله هذا تبقى مقيدة وفقا للعوامل الطبيعية نوعية التربة من جهة، والأحوال المناخية من جهة أخرى؛ فهو إذن يتعامل مع الطبيعة في تحقيق الإنتا ج.

أما من حيث التكاليف، قد يستطيع حساب تكلفة إنتاج الوحدة الواحدة بعد إنتاجها، إلا أنه لايمكنه التنبؤ بها مسبقا -كما في الصناعة -حتى ولوبصورة تقريبية؛ فهي تكلفة تتاثربالعوامل الطبيعية بحيث عند وجود ظروف مواتية تكون التكلفة قليلة، والعكس صحيح؛ من هنا يتعذرحساب كل من التكلفة المتوسطة والحدية. هناك صعوبات أخرى تتمثل في تحليل التكاليف ، وتخصيصها بالنسبة لكل منتوج على حدة لإمتداد العمل الزراعي كالحرث والتسميد أو الإصلاح لأكثر من دورة زراعية واحدة.

نظرا للخصائص الطبيعية التي تتحكم في الإنتاج و الخصائص التي تتميز بها تلك المنتجات نفسها ، ونظرا لتعدد المنتجين الزراعيين، فإن تحديد الثمن عند الإنتاج يتحقق وفق قانون العرض والطلب في ظل سوق تكاد تسوده منافسة حرة؛ وحيث أن تكاليف الإنتاج ليست متماثلة لدى كل المنتجين بالنسبة للمنتوج الواحد ، لذلك قد يبيع المنتج إما باعلى من تكلفة الإنتاج أو يساوي أوأقل. فالثمن الذي يحدده السوق ثمن مجرد.يتحدد وفق تكلفة أغلبية المنتجين؛ وعادة ماتتدخل الدولة في تحديد هذه الأثمان عن طريق مراسيم

تشريعية، خاصة بالنسبة للمنتجات ذات الأهمية الإستراتيجية، من أجل وضع حد أدنى للثمن، حتى تضمن حماية ومكافأة المنتج ليستمر في إنتاجه من جهة، وتضع حدا أقصى قصد حماية المستهلك من جهة أخرى. كما قد تتحدد الأسعارعلى أساس عقود مبرمة مع الغير.

2.2.2 - أما على مستوى التوزيع بالجملة :

فإن تحديدالأثمان عند هذاالمستوى يعتبر بمثابة حجرالزاوية في تشكيل الأثمان النهائية للمستهلك. والتي بواسطتها يمكن معرفة مدى الإضافات التي تضاف إلى السعرالنهائي للمنتجات، في شكل هوامش ربح وعمولات للحلقات المختلفة من الوسطاء. وتحديد سعرالجملة لمنتجات الخضروالفواكه يتوقف على طبيعة ونوع تنظيم المتدخلين في هذه الحلقة؛ فيما إذا كان نظام حكومي حيث تسند هذه المهمة لمؤسسات تابعة مباشرة لهيئات وصية حكومية في شكل دواوين وما شابهها؛ كما قد تسند أيضا إلى مؤسسات توزيع تعاونية، حيث تتحدد الأسعارفيها على أساس الهوامش التي تفرضها النصوص التشريعية، إنطلاقا من أسعار الإنتاج، وحسب أصناف ودرجة الجودة الخاصة بكل منتوج. ففي الجزائر كانت تتحدد نسبة الهامش الإجمالي لتوزيع الجملة بـ30٪ من أسعار الإنتاج.

أما بالنسبة لأسواق الجملة الخاصة، فالأسعارتتحدد وفق قانون العرض والطلب بين المنتجين أو وكلاءهم، أو وسطاء يتواجدون بالقرب من المنتجين من جهة، وموزعين يمثلون المستهلكين، وهم موزعوا التجزئة، حيث يتم تداول الأسعار فيما بينهم ، وفق طرق المساومة المختلفة لتحديد السعر الموافق عليه من قبل الطرفين. يتم ذلك بأماكن خاصة هي أسواق الجملة على مختلف أنواعها. وعادة ماتكون السوق المركزية الهامة كمرجع تستند إليه في تحديد الأسعاربالنسبة للأسواق الأخرى التي تعتبر أقل أهمية.

وقد تتدخل الدولة في تنظيم الأسعار خاصة بالنسبة للمنتجات التي ترى أنها استراتيجية، بتحديد نسبة الهوامش المطبقة على الموزعين، على أساس أسعار الشراء، وذلك بواسطة إصدارنصوص تشريعية، تحدد الحد الأدنى و الأقصى لها؛ وذلك وفق مبدأين رئيسيين :

أ- باعتبارأن مؤشرات أسعارالمنتجات الغذائية، هومعيارأساسي للمفاوضات حول الأجور وهو كذلك معيارللحكم على مدى فعالية السياسة الإقتصادية، التي تطبقها السلطات السياسية.

ب - وحيث يوجد هناك إرتباط بين تغيرأسعارالمنتجات الغذائية وأسعار

المنتجات المصنعة؛ من ذلك، فإن ارتفاع أسعار المنتجات الغذائية من شأنه يؤدي إلى ارتفاع أسعار المنتجات الصناعية.

3.2 - مخاطر التوزيع :

تعتبرمخاطر توزيع الجملة في المواد القابلة للتلف ، كمنتجات الخضروالفواكه كبيرة، نظرا لعدم الإنتظام في جنيها وتعدد وتنوع العمليات التي تنجزعلى مستوى توزيع الجملة (فرز، نقل، تخزين ...الخ) ، وما قد تتعرض له هذه المنتجات من تلف، فقدان في الوزن، والإصابات الميكانيكية أثناء تلك العمليات؛ وكذلك بسبب ظروف السوق وسوء تقدير قرارات المنتجين و الوسطاء. كل هذه العوامل من شانها أن تؤدي إلى مخاطر ضياع وفقدان في المنتجات أو في أسعارها على مستوى توزيع الجملة، وهي مخاطر يمكن تقسيمها إلى مجموعتين :

1.3.2 - مخاطرناجمة عن طبيعة المنتوج :

وهي تتعلق بطبيعة المنتوج الهشة والقابلة للتلف، والتي تتميزنسبة الحجم إلى الوزن فيها كبيرة. فنقل منتوج الخوخ، في أوقات الحر، لمسافات بعيدة مثلا يؤدي إلى فقدان نسبة من وزنه تقدر ب 10٪ بسبب جفافه. كذلك أن عملية الفرز تؤدي هي الأخرى إلى إبعاد نسبة من الفواكه المفرطة في النضج، والمصابة والمعطوبة ميكانيكيا قليلا؛ وكل ذلك من شانه يؤدي إلى إبعاد كميات هامة من التداول لعدم مطابقتها لشروط السوق، ومن ثم بيعها بالأسواق المحلية بأثمان جد منخفضة. وقد تصل هذه النسبة على مستو ى توزيع التجزئة إلى 33٪ من ثمن البيع.

2.3.2 - مخاطرناجمة عن أحوال السوق :

وهي تحدث على مستوى السوق إذ لا يمكن التحكم في ظروف السوق المتميز بالتقلبات؛ سيما عندما يتعلق الأمر بهذا النوع من المنتجات. وحيث أن كل منتج لايعلم مسبقا باحوال السوق، كذلك قد تعمل الظروف الجوية إلى تأجيل موعد جني بعض المنتجات؛من ذلك فعند نضجها فيما بعد يترتب عليه تدفق متزايد لتلك المنتجات على السوق؛ مما يؤدي إلى انخفاض متسارع في الأسعار. وإذا كان هذا الإنخفاض في السعر يتحمله المنتج بالدرجة الأولى، فإن سقوطها المتسارع جدا، يتحمله بالدرجة الأولى الموزع بالجملة ثم ينتقل إلى المنتج فيما بعد بحكم العلاقة المستمرة بين المنتج و الموزع.

وعليه نجد أن سوء التنظيم وسوء التقدير تكلف سواء موزع الجملة أو التجزئة في الغالب أعباءا كبيرة. وأمام هذه المخاطر التي يمكن تسميتها بمخاطر المهنة وحيث أنه لايمكن باي حال من الاحوال القضاء عليها، لذلك لابد على موزع الجملة أن يكون على دراية تامة بنظام المهنة، مدركا للعواقب والأخطار، وهذا حتى يتمكن من التقليل من حدتها بقدر الإمكان.

خلاصة الفصل التمهيدي

في هذا الفصل الذي يعالج مفهوم النظام و أنظمة التوزيع في الإطار النظري ، تناولنا بالبحث مجموعة من المحاور، مرتبطة ومتمفصلة فيما بينها بصورة موضوعية ومنطقية من خلال مباحث ثلاثة.

عالجنا في البداية فكرة النظام وعلمنا أنها من أصل يوناني، حيث كانت تشير للدلالة على نظام حركة المجموعة الشمسية، نظام الجاذبية الأرضية. وقد إستمرت في وجودها لتشمل جميع أنواع فروع المعرفة العلمية. وبفضل ظهور النظرية العامة للأنظمة إزدادت مجالات إستخداماتها. وفي وقت قريب كانت قد أستعملت في الميادين التطبيقية، كنظريات إتخاذ القرارات، وحقل تسيير المؤسسة. وعرفت أوج إستعمالات لها في مجال الإعلام الآلي. وحسب النظرية العامة للأنظمة، فالنظام بصورته المجردة، هو عبارة عن مجموعة من الأجزاء، تحكمها مجموعة من العلاقات، بحيث أن أي تعديل في أحدها سيؤدي إلى تعديل في الأجزاء الأخرى.

من هنا نقول أن وضع نظام معين من شانه أن يؤدي إلى تحديد الإطار العام لتنظيم النشاط وتسييره وفق الأهداف المرغوب فيها؛ وبالتالي يمكن أن نميزبين نوعين أساسيين من الأنظمة : الطبيعية الإصطناعية.

ومن أجل النظام الذي نحن بصدد دراسته، ذكرنا أن الأنظمة الإصطناعية تنقسم إلى ساكنة ومتحركة. المتحركة هي تلك الأنظمة التى أوجدها الإنسان من أجل تحقيق غاياته ورغباته، وهي تستجيب للتعديل بما يماثل التغيرالذي يطرأ على الغاية التي يراد تحقيقها؛ فهي أنظمة تنشأ، و تنمو و تتطور ثم تزول. ومن خلال هذا النوع الأخيرمن الأنظمة يمكن تجسيد نظام توزيع ملائم لموضوع منتجات الخضر و الفواكه.

لاحظنا أن نشاط التوزيع حلقة أساسية في النشاط الإقتصادي، من شانها تشكل إطارهيكل منظم، يعرف بنظام التوزيع؛ وهو بدوره يتكون من مزيج من عناصرمادية وبشرية وتنظيمية، تعمل في نسق مترابط ومُترَتب وفق شروط تنظيمية تجعل منه جهازا منظما؛ ذلك ما يعرف بالتنظيم.

إن نشاط التوزيع من خلال الخدمات الإقتصادية التي يقدمها، يحقق جملة من الأهداف بالتقليص في عدد المبادلات بين مجموعة المنتجين ومجموعة

المستهلكين، التقليص في تكاليف التوزيع العيني. وأن شبكة التوزيع تتكون من مسالك متداخلة ومتكاملة فيما بينها في شكل نسيج يضمن عملية تدفق المنتجات عبرها؛ وهو مايعرف ببنية نظام التوزيع، حيث أنها تتكون من مجموعة من القنوات؛ كل قناة تختلف عن الأخرى من حيث الطول باختلاف عدد مستويات التوسط . والقناة هي ذلك المسلك الذي يتخذه المنتوج من منبع توزيع الجملة إلى مصبه؛ فيتدخل في كل قناة مجموعة من الوسطاء، يأخذون علي عاتقهم وظائف مختلفة للتوزيع. تعتبر قنوات التوزيع بمثابة إمكنيات إختيارللمنتجين لتصريف منتجاتهم؛ لكن عملية الإختيارهذه تعد بالغة التعقيد.

وتعتبرحلقة توزيع الجملة أهم حلقة في نظام التوزيع. وقد نشات نتيجة التخصص والتقسيم الإجتماعي للعمل في ميدان التوزيع. وينحصرمفهوم توزيع الجملة في كونه عملية تبادل بين فئات الموزعين أنفسهم، حيث تمر المنتجات عبرالتجزئة قبل وصولها للمستهلكين؛ كما تعمل على ضمان التموين المنتظم باستمرار. وكل قناة من توزيع الجملة تتضمن مجموعة من المتعاملين وهم الوسطاء الوظيفيون والوسطاء التجاريون. إن فئة الوسطاءالوظيفيين، تتميزبكونها تتعامل بالمنتجات، حيث تنتقل إليها حيازتها دون انتقال الملكية لها، وينفرد نشاطها بالسمسرة والعمولة التي تمارس في المنتجات القابلة للتلف، كالخضر و الفواكه. وعناصر هذه الفئة تتمثل في الوكلاء بالعمولة ووكلاء المنتجين وكلاءالبيع، والسماسرة. أما الوسطاءالتجاريون، فيتميزون باستقرارهم في ممارسة نشاطهم، مزودين بامكانيات مادية وبشرية ملائمة. يسعون إلى شراء وبيع المنتجات لحسابهم الخاص؛ ومن ثم فهم يتحملون مخاطرالخسارة . وحول العمليات المتعلقة بتوزيع الجملة للخضروالفواكه، يمكن حصرها في العمليات التوزيعية والعمليات التجارية.

فالعمليات التوزيعية ترتبط مباشرة بالجانب العيني والحركي للسلع؛ وهي تخص بالعمل على فرز وتصنيف وتهيئة وحفظ ونقل المنتجات . فهي عمليات هامة، من شانها أن تضيف قيمة معتبرة للمنتجات؛ وتتمثل في عمليات المبادلة ومن خلال البيع والشراء، حيث تتم مكافاة القيام بهذا النشاط من خلال الفروق في أسعارالبيع والشراء التي تتحدد بالنسبة لمنتجات الخضروالفواكه بقانون العرض والطلب، في إطار سوق تكاد تتحقق فيها المنافسة الكاملة.

ويتميزنشاط توزيع الجملة للخضروالفواكه بنوع متزايد من المخاطرالناجمة عن طبيعة المنتجات نفسها، وأخرى ناجمة عن الاحوال الظرفية للسوق، وحيث أنه لايمكن تجنب هذه المخاطر، باعتبارها تابعة لممارسة المهنة إلا أنه يمكن التقليل منها بقدر الإمكان.

القسم الثاني

التحليل التطبيقي

الفصل الثاني

تنظيم توزيع الجملة في القطاع الخاص للخضر والفواكه في الجزائر

خلال الفترة مابين 62-1974

الفصل الثاني

تنظيم توزيع الجملة في القطاع الخاص للخضر و الفواكه في الجزائر

خلال الفترة مابين 62 / 1974

مدخل :

إن تنظيم توزيع الجملة الخاص للخضروالفواكه لم يكن حديث النشاة بعهد الإستقلال كما هو الشان بالنسبة للقطاع الإشتراكي، إذ تعود نشاته إلى فترة الإستعمار التي كان فيها الإقتصاد الجزائري في خدمة الإقتصاد الفرنسي، وهذا من خلال تكييف الإنتاج الزراعي حسب حاجة الميتربول؛ إذن فاقتصاد الجزائر في عهد الإستعماركان يتميزبالتوجه نحوالخارج.

لكن بالحصول على الإستقلال وخروج المعمرين من الجزائرإستمرنظام توزيع الجملة الخاص للخضر والفواكه بنفس الهياكل وأساليب العمل وطرق التوزيع الموروثة عن الإستعمار.

لذلك سوف نتطرق إلى تحليل بنية التنظيم الهيكلي وتطوره. وتعد السوق المركزية للجزائر أهم هياكل نظام التوزيع الخاص على الإطلاق من حيث أهمية التنظيم والمراقبة فيها.

إن هذه الهياكل مرتبطة فيما بينها بعلاقات، من خلال مجموعة من القنوات تختلف فيما بينها من حيث الطول والقصربعدد المتعاملين في كل قناة. وعرفنا أن القناة هي عبارة عن الممرالذي يمرعبره المنتوج من دائرة الإنتاج في طريقه نحوالإستهلاك؛ ويعمل بكل قناة مجموعة من المتعاملين بادوارمختلفة، قصد جمع المنتجات ومن ثم تصريفها.

وحيث يوجد أمام المنتجين مجموعة من القنوات لتصريف منتجاتهم، فما هي العوامل التي على غرارها يمكن إختيارإحداها عن الآخرى؟ ذلك هو ما سنتوقف عنده بالتحليل عند معالجة تحليل بنية نظام التوزيع.

أما فيما يخص تحليل نشاط هياكل توزيع الجملة الخاص، فسوف نجد أنه بدخول المنتجات دائرة التداول عن طريق المتدخلين في قناة التوزيع، كيف أن السوق المركزية للجزائرتعتبرأفضل نموذج من حيث احترام تطبيق قواعد تسيير نشاط هياكل التوزيع الخاص فيما يخص دخول وخروج المنتجات، وما هي قواعد التنظيم التي تخضع لها هذه السوق؟ وحيث يعمل بها مجموعة من فئات المتدخلين فما هي ؟ وما الدور الذي تقوم به كل منها ؟ إن الإجابة عن هذه التساؤلات وغيرها، ذلك ما سيكون مضمون هذا الفصل.

المبحث الأول

التعريف بتنظيم توزيع الجملة الخاص

تقديم :

إن التعريف بتنظيم توزيع الجملة للخضروالفواكه في القطاع الخاص، سوف نتناوله من جوانب ثلاثة :

فالجانب الأول يتعلق بكيفية نشاته، وسوف نرى أن ذلك يرجع إلى عهد الإستعمار؛ ولكن ماهي الوضعية التي صار عليها بعد الإستقلال، من حيث تنظيم هياكله، وأساليب العمل التي يمارسها، وطرق العمل التي يطبقها ؟

أما الجانب الثاني فيتعلق بتحديد تلك المنتجات التي تكون محلا للتوزيع، والتي لها مكانة هامة في الحياة الإستهلاكية لأفراد المجتمع الجزائري من خلال ترتيب أهمية الطلب عليها؛ فالأمريخص منتجات الخضروالفواكه.

في حين أن الجانب الثالث يبحث في التنظيم الهيكلي وتطوره، وسوف نحاول معرفة كيف أن السوق المركزية للجزائر كانت تعتبر أهم هيكل من حيث عملية التنظيم، وطرق العمل والمراقبة؛ وكذلك من حيث الأهمية في معالجة تدفقات كميات السلع، وذلك على المستوى الوطني؛ وكيف تطورت، وماهي العلاقة بينهما وبين الأسواق الأخرى؛ بالإضافة إلى معالجة هذه الجوانب بالنسبة إلى الأسواق الثانوية الأخرى.

تلك هي أهم العناصرالتي سوف تكون موضوع مبحثنا هذا.

أولا: نشأته

إن تنظيم توزيع الجملة الخاص للخضروالفواكه في الجزائر لم يكن حديث النشأة بعهد الإستقلال، على غرار تنظيم توزيع القطاع الإشتراكي، بل كان قائما، حيث كانت أثناء الإستعمارسياسة التوزيع للخضروالفواكه موجهة لإستجابة ضمان تكامل الإنتاج الفرنسي.

فالإستهلاك الجزائري لم يكن ليمثل سوى جزء يسير من الإنتاج، وأن تصريف الإنتاج كان يتم بصورة أساسية بالأسواق الفرنسية إذ كانت هناك مساعدات تقدم للمصدرين في الجزائر قصد تشجيعهم للإستمرار في هذا الإتجاه.

كما أن شبكة التوزيع كانت تسيّر بقوانين من شأنها السعي وراء الربح، وأن تلك الهياكل كانت ملكا للمعمرين.

وبعد الإستقلال إستمر نشاط التوزيع بنفس الهياكل ونفس أساليب العمل وطرق التوزيع الموروثة عن عهد الإستعمار.

وتعتبر أهم مرحلة لنشاط هذا القطاع بعد الإستقلال هي تلك التي تمتد مابين تاريخ الحصول على الإستقلال والتاريخ الذي تم فيه إعادة النظر في تنظيم تسويق الخضر والفواكه بصورة جذرية بتاريخ أول أكتوبر 1974 حيث تم وضع حد لنشاط تنظيم الجملة الخاص للخضر والفواكه بصورة رسمية.

ثانيا: موضوعه

ترجع أهمية دراسة موضوع تنظيم توزيع الجملة الخاص إلى ارتباط هذا الموضوع باحتياجات ورغبات أفراد المجتمع للإستهلاك التي بدأت تنمو بعد الإستقلال، ويتجسد ماديا في منتجات الخضر والفواكه التي تكون محلا للتوزيع، وهي تحتل مكانة هامة في الحياة الإستهلاكية للمجتمع الجزائري حيث تعد حلقة أساسية في النشاط الإقتصادي.

من ذلك نجد أن مجمل نفقات إستهلاك العائلة الجزائرية من هذه المواد تقدر ب 27 ٪ من ميزانيتها الكلية؛ كما نجد أيضا مايستهلكه الفرد الواحد من هذه العائلة من بعض تلك المنتجات في السنة في صورة كمية بالكلغ : «بطاطس 42,86 طماطم 13.26 ، بصل 9,02 ، برتقال 9,67» (22-Enq. de Cons M.P.A.T 1980-79). إن عدم تلبية الإنتاج الوطني لإحتياجات المجتمع من تلك المواد، من شأنه أن يؤدي إلى اللجوء إلى الإستيراد لتدارك ذلك النقص بإنفاق جانب هام من العملة الصعبة في الإستهلاك ، بدلا من توجيهها للإستثمار.

خاصة ما أصبح يتميز به المجتمع الجزائري بعد الإستقلال من تطور إقتصادي وإجتماعي الذي أدى إلى الزيادة في نسبة السكان، والتحسين الملموس في مستوى المعيشة لأفراد المجتمع. ولمعرفة مدى أهمية إحتياجات الطلب على منتجات الخضر والفواكه على مستوى السوق الداخلية -سواء لغرض الإستهلاك

المباشر أو لغرض العمليات التحويلية - والتي هي موضوع دراساتنا، يمكن أن نورد جدولين في هذا المجال، أحدهما يتعلق بمنتجات الخضر، والثاني يخص منتجات الفواكه؛ كما يبيّن كل جدول الأهمية النسبية للطلب على كل منتوج من المنتجات.

ترتيب بعض منتجات الخضر حسب أهمية الطلب عليها في السوق الداخلي
خلال الموسم الفلاحي 68-1969 .

الترتيب	المنتجات		الكميات المسوقة (بالطن)	٪ لمشاركة كل منتوج
1	البطاطس	P.de terre	592 68,5	٪ 26
2	الطماطم	Tomates	427 65,4	٪ 19
3	البصل	Oignons	223 30,0	٪ 10
4	الجزر	Carottes	115 66,6	٪ 5
5	اللفت	Navets	106 56,6	٪ 4,67
6	القرنون	Artichaux	103 12, 0	٪ 4,52
7	الخس	Salades	963 6,3	٪ 4,22
8	الجلبانة	Petit.Pois	860 6, 4	٪ 4
9	فلفل حلو	Poivrons	780 6,7	٪ 3
10	الكوسي	Courgettes	780 4,6	٪ 3,42
11	لوبيا خضراء	Haricots V.	696 3,5	٪ 3,05
12	فلفل حار	Piment s	616 3,5	٪ 2,70
13	الفول	Feves	611 0,5	٪ 2,68
14	القرنبيط	Ch. Fleurs	550 4,5	٪ 2,41
15	الخيار	Concombres	459 7,4	٪ 2,01
16	الكرمب	Choux	414 6,1	٪ 1,82
17	الخرشف	Cardes	411 0,2	٪ 1,80
	المجموع الكلي		228 348,8	٪ 100

المصدر : (20-Revue Statistiques Agricole M.A.R.A Mai 1972 N° 13. P 61)

(جدول رقم 3)

يبين الجدول أعلاه أهم منتجات الخضرالفصلية خلال الموسم الفلاحي الذي يبدأباول سبتمبر وينتهي بنهاية أوت من كل سنة. وهي مرتبة ترتيبا تنازليا حسب أهمية الطلب عليها في السوق الداخلية، وذلك خلال الموسم الفلاحي 68/ 1969 .

وما تجدرالإشارةإليه في هذا الجدول أن أهم منتجات يكثرعليهاالطلب ثلاثة هي : البطاطس، الطماطم، والبصل؛ حيث أن الكميات المسوقة منها تصل إلى 124 363,9 طنا من مجموع الكميات المسوقة من المنتجات الآخرى التي هي تقدر ب 228 348,8 طنا . نسبة 55 ٪ من الوزن الكلي لمجموع الخضر، الامرالذي يبين أهمية هذه المواد في استهلاك أفراد المجتمع، وبالتالي فهي مواد ذات إستهلاك واسع؛ من هنا تاخذ طبيعتها الإستراتيجية بالنسبة للإقتصاد الوطني، لتاتي باقي المنتجات الآخرى وفق ترتيب أهمية الطلب عليها.

ترتيب بعض منتجات الفواكه حسب أهمية الطلب عليها في السوق الداخلية خلال الموسم الفلاحي 68-1969 .

ترتيب	منتجات		كميات مسوقة بالطن	٪ لمشاركة كل منتوج
1	البرتقال	Oranges	529 888	٪ 34,85
2	العنب	Raisins	220 134	٪ 14,06
3	البطيخ	Melons	181 948	٪ 11,62
4	الدلاع	Pasteques	172 254	٪ 11
5	الكليمونتين	Clémantines	163 329	٪ 10,43
6	الليمون	Citrons	658 75	٪ 4,21
7	المندرين	Mandarines	657 12	٪ 4,20
8	التمور	Dattes	446 08	٪ 2,85
9	التفاح	Pommes	365 41	٪ 2,33
10	الزعرورة (مشمشة)	Nefles	328 26	٪ 2,10
11	البرقوق	Prunes	290 27	٪ 1, 85
12	الخوخ	Péches	231 74	٪ 1,48
			المجموع 1565.316,00	٪ 100

المصدر : (20- Revus Statistiques Agricole MARA .N ° 13 .Mai 1972 .P 76)

(جدول رقم 4)

يبين الجدول السابق أهم منتجات الفواكه الفصلية، وهي مرتبة ترتيبا تنازليا حسب الطلب عليها في السوق الداخلية أثناء الموسم الفلاحي 1969/68 .

وبتحليلنا لمعطيات هذا الجدول، نجد الكميات المسوقة من منتوج البرتقال وحده و المقدرة ب 888 529 طنا تزيد عن الثلث من الكميات المسوقة من كل منتجات الفواكه؛ وفي نظرنا يرجع ذلك إلى طول فترة إنتاجه على مدار أشهر السنة، بالإضافة إلى إمكانية تحمله ظروف النقل والتخزين.

ثم ياتي بعد ذلك ثلاث منتجات هي العنب، البطيخ و الدلاع، والتي في مجموعها تشكل مايزيد عن الثلث من كمية المجموع الكلي لمنتجات الفواكه؛ ويرجع ذلك إلى غزارتها في الإنتاج وزيادة الطلب عليها للإستهلاك.

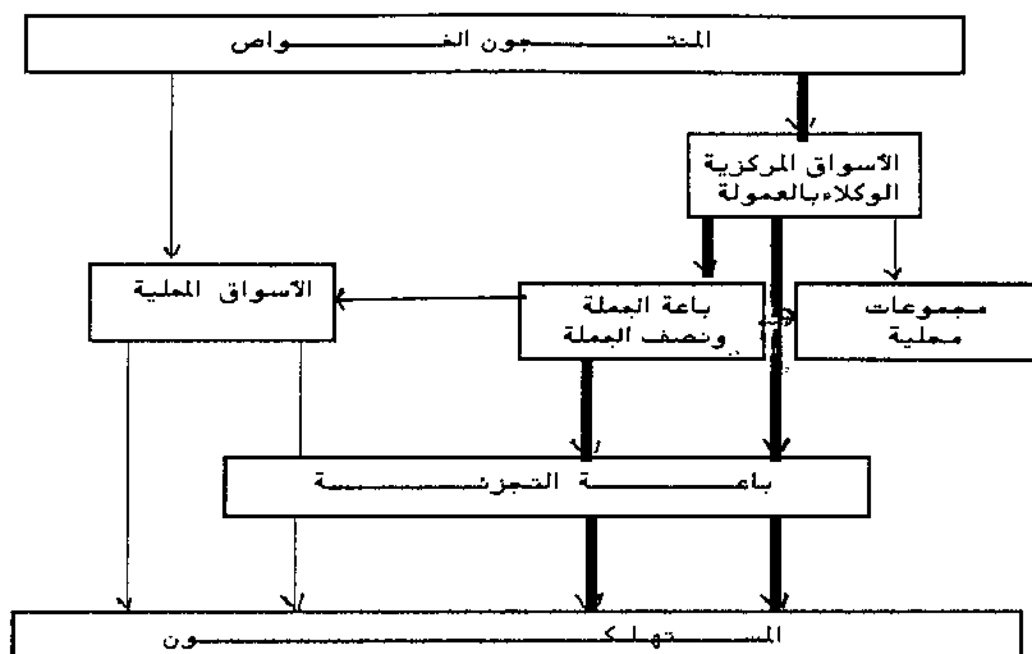
أما باقي المنتجات، والتي تقدركميتها باقل من الثلث فإن ماتتميزبه هو فترة إنتاجها المحدودة، كالخوخ مثلا أو أن الطلب على إستهلاكها محدودا كالليمون مثلا .

ثالثا التنظيم الهيكلي وتطوره.

إن تنظيم توزيع الجملة للخضروالفواكه في القطاع الخاص بالجزائر لم يكن حديث النشأة بعهد الإستقلال، على غرارتنظيم القطاع الإشتراكي، بل كان قائما، واستمر في نشاطه بعد ذلك بنفس الهياكل وأساليب العمل وطرق التوزيع الموروثة عن عهد الإستعمار.

وتعتبر أهم مرحلة لنشاط هذا القطاع هي تلك التي تمتد مابين فترة الإستقلال والفترة التي تم فيها إعادة النظرفي تنظيم تسويق الخضروالفواكه بصورة جذرية بتاريخ أول أكتوبر1974 حيث تم وضع حد لنشاط نظام توزيع الجملة للخضروالفواكه في القطاع الخاص بصورة رسمية.

إن دراسة التنظيم الهيكلي لتوزيع الجملة في القطاع الخاص يتطلب منا بادىء ذي بدءرسم مخطط هيكلي له، حتى يمكن أن نتبين طبيعة العلاقات فيما بين الهياكل ومدى أهمية التدفقات سواء من حيث المنبع أوالمصب.



(شكل رقم :4)

البيان: تدفقات هامة :
تدفقات متوسطة :
تدفقات ضعيفة أونادرة :

1 - **الأسواق المركزية :**

تعتبرالأسواق المركزية أهم هياكل نظام القطاع الخاص من حيث التنظيم أوالأهمية في معالجة كميات السلع على المستوى الوطني؛ ويرجع تاريخ تكوينها إلى فترة ما قبل الإستقلال، خاصة بالنسبة للسوق المركزية بالجزائرالتي تحتل مكانة مسيطرة وتعتبر رائدة بالنسبة لباقي الأسواق المركزية الأخرى.

1 . 1 - **السوق المركزية بالجزائرالعاصمة (بلكور) :**

وتعتبرالسوق المركزية للجزائر أكبر سوق جملة للقطاع الخاص، ليس فقط على مستوى ولاية الجزائر فحسب، بل هي أكبرسوق على المستوى الوطني،

وكانت تقع بحي الحامة لبلكور مقابل محطة السكة الحديدية، ولم يبق لها وجود الآن بعد التهيئة العمرانية للمنطقة ؛ «وفي الاصل كانت سوق الجملة للخضر والفواكه للجزائرالعاصمة تقع بالشوارع المحاذية للقصبة، بمحلات السماسرة (المفاوضين) المشتتين بالمدينة؛ وفي سنة 1881 تجمع تجارالجملة حول أحد أسواق التجزئة كتلك التي كانت توجد بشارع لا لير» (19-A.SARNI. 1984.P.29) .

ويشيرنفس الكاتب إلى أنه نظرا لعدم استجابة هذه المساحة - المقدرة بالفي م2، لنشاط السوق، عمدت البلدية إلى تهيئة محلات المذبح القديم بحي بلكور وجعلته سوقا مركزية للجملة تبلغ مساحته حوالي 12 ألف م2 خلال سنة 1931، لترتفع هذه المساحة أثناء الإستقلال إلى 15 ألف م2 ؛ وبضم مستودعات دورتصدير النبيذ التي بقيت شاغرة توسعت هذه السوق إلى مساحة تقدر ب 25 ألف م2 خلال سنة 1968.

وفي الحقيقة؛ فإن هذه السوق محاطة بجدران عالية، مقسمة من الداخل إلى أربعة أجنحة تشكل في مجموعها 64 مربعا مغطى؛ وهذه المربعات تتفاوت فيما بينها من حيث المساحة. كما أن السوق مجهزة ببنايات مخصصة للمصالح الإدارية، والنقابية والصحة النباتية.

ويتبع للسوق أيضا محلات ملحقة به، تقع بالشوارع المحادية له، حيث تشغلها مجموعة من تجارنصف الجملة.

وبعد 1974 بإلغاء نشاط توزيع الجملة الخاص تحولت إلى التعاونية الولائية للتسويق. والآن، وبعد إعادة التهيئة العمرانية لمنطقة الحامة فقد أزيلت هذه السوق بصورة نهائية.

2.1 - السوق المركزية للحراش :

يرجع تأسيس هذه السوق إلى أحد مشتري المزايدات(Adjudicatair e) في سنة 1954 والتي تقع بشارع كليبير (Kleber) بين وادي الحراش والمنظرالجميل؛ لتصبح بعد الإستقلال تابعة مباشرة للكية بلدية الجزائر، وهي التي تشرف على تسييرها؛ وتقدر مساحتها ب 5900 م2 ، وتتشكل من 107 مربعا موزعة على6 أجنحة، مساحة كل منها حوالى 20 م2 ، بالإضافة إلى 23 مربعا صغيرا مساحة كل منها مابين 6 و 8 م2 . تؤجر البلدية هذه المربعات إلى الوكلاء بالعمولة ؛ كما تشرف على تسيير هذه السوق من خلال مكتبها الذي يسجل الكميات التي تدخل السوق بصورة مدققة ومفصلة حسب الانواع.

3.1 - السوق الركزية للبليدة :

تقع مدينة البليدة بمتيجة وهي منطقة من أخصب المناطق الزراعية في الجزائر؛ ويرجع تاريخ تأسيس سوق الجملة للخضروالفواكه بها إلى سنة 1935، وهي تابعة للبلدية. وبمرورالزمن ازدادت الكميات المسوقة به، الأمر الذي جعل تلك السوق لاتستطيع الإستجابة لتلك الزيادة، ذلك مادعا خلال سنة 1952 إلى بناء سوق جديدة تستجيب أكثر لظروف التسويق بتوفرها على مساحة تزيد عن 3000 م2 مغطاة ، وتضم بداخلها حوالي 60 مربعا.

وقد عرفت هذه السوق إزدهارا كبيرا خلال منتصف الستينات من هذا القرن؛ ويرجع ذلك إلى قرب هذه السوق من المنتجين والمشترين، لكونها تقع بضواحي الجزائرالعاصمة؛ كذلك بسبب أن المراقبة التي تقوم بها مصالح البلدية ومصلحة مفتشي الصحة النباتية هي أقل صرامة من تلك التي تقوم بها هذه المصالح بالسوق المركزية بالجزائرالعاصمة.

4.1 - أسواق الجملة لبوفاريك :

توجد مدينة بوفاريك بوسط قلب متيجة الخصبة؛ وقد تأسست بها سوق الجملة للخضروالفواكه خلال منتصف سنة 1959، حيث كان يوجد بها حوالي عشرون مربعا صغيرا، مساحة كل منها يتراوح مابين 4 و 6 م2 . وفي سنة 1967 بلغ عدد الوكلاء بالعمولة حوالي ثمانية، ليتقلص هذا العدد في سنة 1973 إلى ثلاثة فقط، وهذا قبل إلغاء سوق الجملة الخاص للخضروالفواكه خلال سنة 1974 ويخضع تسييرها للسلطات البلدية.

وتجدر الإشارة إلى أن هناك 19 سوقا مركزية تتمركز في المنطقة الشمالية للبلاد موزعة على 13 ولاية، وأن البعض من هذه الولايات لاتتوفر على أسواق مركزية مثل ولايات تيزي وزو، تيارت، سطيف آنذاك.

فالأسواق المركزية تلعب دورا هاما في تموين مختلف مناطق الوطن بالخضر والفواكه؛ وتعتبر أسواق مدينة الجزائر أهم الأسواق على الإطلاق - كما ذكرنا - ولا يؤمها باعة التجزئة والجملة المتواجدين بناحية الجزائر للتموين منها فحسب بل يأتي إليها عدد هام من باعة الجملة من شرق الجزائر لغاية مدينة سطيف. وتأتي السوق المركزية لمدينة وهران في الدرجة الثانية.

والأسواق المركزية هي أسواق للجملة؛ من خلالها يمكن للمنتجين الخواص تصريف منتجاتهم عن طريق الوكلاء بالعمولة المستأجرين للمربعات الموجودة

بداخلها؛ وتباع السلع بأسعار الجملة سواء لباعة الجملة الآخرين أو لباعة التجزئة أو للمجموعات المحلية التي عادة ما تتمون من قبل قطاع التوزيع الإشتراكي سابقا.

والجدول التالي يبين الانتشار الإقليمي للأسواق المركزية .
سنة 1972

الولاية	السوق المركزية	عددالاسواق بكل ولاية
الجزائر	الجزائر ، الحراش ، البليدة بوفاريك	4
المدية	المدية	1
الأصنام	الأصنام	1
تيزي وزو	-	-
وهران	وهران ، سيدي بلعباس ، المحمدية	3
مستغانم	مستغانم ، غيليزان ، معسكر .	3
تيارت	-	-
تلمسان	تلمسان	1
سعيدة	سعيدة	1
قسنطينة	قسنطينة ، سكيكدة	2
باتنة	باتنة ، بسكرة	2
عنابة	عنابة	1
سطيف	-	-
مج الولايات 13	مجموع الأسواق المركزية	19

المصدر : (20.Revue Statistique Agricole MDRA N: 13 Mai 1972 P.47)

(جدول رقم 5)

2 - الأسواق المحلية :

توجد الأسواق المحلية عادة بالمناطق الضعيفة الإنتاج، حيث لاتوجد هناك أسواق مركزية، ولاتعاونيات لتسويق الخضروالفوكه، وهي التي يبيع فيها المنتجون الخواص، لا سيما منهم الصغار، منتجاتهم مباشرة إلى المستهلكين أو إلى باعة التجزئة. ويتميز هذا البيع المباشرمن المنتج إلى المستهلك بعدم تعرضه لأية مراقبة؛ الأمر الذي يجعل من الصعب تقديرالكميات التي تم تصريفها عبر هذه السوق؛ وقد إزد هر هذا النوع من الأسواق في عدة أماكن. وهي من شأنها

أن تعمل على تسويق كميات من الإنتاج لايستهان بها. تستقبل هذه الأسواق المنتجات الآتية مباشرة من المنتجين، أو من الأسواق المركزية والتعاونيات، وذلك عن طريق وسطاء الجملة، ونصف الجملة.

3 - باعة الجملة :

هذه الفئة من التجارتلعب دورالوسيط بين باعة المفرق من جهة، والأسواق المركزية والتعاونيات من جهة ثانية؛ سيما في الأماكن التي لا تستطيع أن تخدمها الأسواق المركزية والتعاونيات. وقد كان يشكل باعة الجملة حلقة إضافية في شبكة التسويق، من شانه أن يزيد من تكلفة المنتجات.

وتجدر الإشارة إلى أن باعة الجملة يتموننون بنسبة أكبر من الأسواق المركزية وكذلك من التعاونيات. وبفضل مصدرالتموين المزدوج هذا، يتوفر مجالا لإختيار أوسع لمختلف السلع؛ وتعتبر منافسة في نفس الوقت للأسواق المركزية والتعاونيات لدى باعة التجزئة. وقد يكون لباعة الجملة مجموعة هامة من الزبائن، بالرغم من ارتفاع الأسعارالتي تبيع بها هذه الأسواق والتعاونيات؛ وهذا يرجع إلى كون باعة الجملة يقدمون :

- تشكيلة واسعة ومتنوعة من السلع.
- تسهيلات في مجال التموين (إذ غالبا مايتم تسليم الإنتاج إلى غاية المحل).

تميز نظام توزيع الجملة للخضروالفواكه في القطاع الخاص في الجزائر، خلال الفترة مابين 62-1974 بالتعدد في قنواته، التي تمر عبرها المنتجات من المنتج إلى المستهلك عن طريق موزع التجزئة؛ ويعود هذا التعدد في القنوات إلى مجموعة فئات المتدخلين من أجل تقديم خدمات متنوعة، وهي خدمات من شانها تضيف قيمة جديدة للمنتوج؛ كماأنها تعمل على تمديد أو اختصار مسلك المنتوج، وهو في طريقه نحو الإستهلاك، أوالإستعمال النهائي.

المبحث الثاني

بنيـــة شبكـــة التوزيـــع

تقديم :

تتكون شبكة التوزيع من مجموعة من القنوات تختلف فيما بينها، من حيث الطول والقصربعدد المتعاملين في كل قناة. والقناة هي عبارة عن ذلك المسلك الذي يمرعبره المنتوج منذ إنتاجه إلى غاية إستهلاكه. إن تفصيل ذلك سيكون في البند الأول من حيث بنية شبكة التوزيع، وسوف نرى كيف تختلف طبيعة المتعاملين في هذه القنوات من حيث الوظائف التي يقومون بها من قناة لأخرى، وهي وظائف تجعلهم يعملون بصورة أساسية بالقيام بعمليات من شانها تؤدي إلى جمع المنتجات ووضعها تحت تصرف المستهلكين؛ فذلك هوموضوع البند الثاني الخاص بالوسطاء في قنوات التوزيع.

البند الثالث والأخيرلهذا المبحث نعالج فيه كيف يمكن للمنتج أن يختار القناة قصد تصريف منتجاته من بين مجموعة القنوات المعروضة أمامه، ومن ثم ما هي العوامل المحددة لذلك الإختيار.

أولا : قنوات التوزيع

إن شبكة التوزيع للخضروالفواكه تتكون كما تطرقنا إليه في السابق من مجموعة من القنوات التي يمرعبرها المنتوج منذ إنتاجه إلى غاية إستهلاكه وذلك كما هومبين في المخطط أدناه.

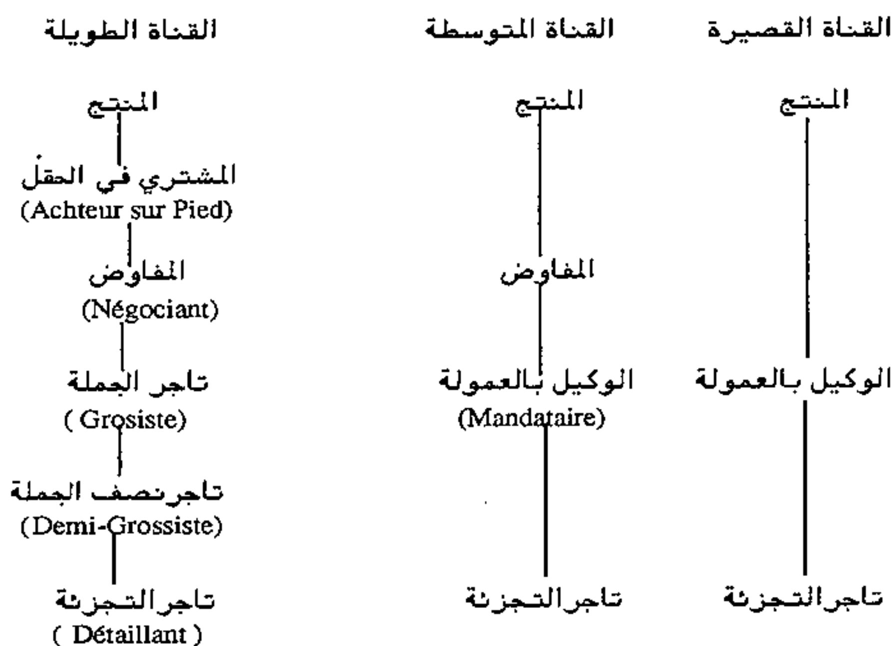
فبالنظر إلى الجانب العمودي لشبكة التوزيع، يمكن ترتيب قنوات شبكة توزيع الجملة الخاص للخضروالفواكه في الجزائرعلى أساس معيارالطول، وهي تمثل عدد المبادلات المتتالية، والتي تنشا بين مرحلتي الإنتاج والتوزيع بالتجزئة.

وبهذا الصدد فإننا نميزثلاثة أنواع من قنوات التوزيع وهي على التوالي :

القناة القصيرة - القناة المتوسطة - القناة الطويلة.

وتعتبرهذه القنوات بمثابة سلسلة من العمليات ذات طبيعة متنوعة تتعلق بجمع المنتجات وفق شروط ملائمة، ومن ثم وضعها في متناول المتعامل بالتجزئة. وعليه فإن كل عملية يقوم بها المتعاملون في الجملة تتحدد بالهدف من الخدمة المقدمة، وهي تخص عمليات جني المحصول، فرزه، نقله، بيعه ....إلخ؛ وهي عمليات تأخذ في إطار وظائف يمارسها أولئك المتعاملون؛ وهم يتحملون بموجبها أعباءا تستجيب لمتطلبات العمليات التوزيعية لتلك التي عالجناها في الفصل الأول .

وفيما يلي عرض لمخطط قنوات الشبكة الخاصة لتوزيع الجملة للخضروالفواكه في الجزائر.



(شكل رقم 5)

1 - القناة القصيرة :

يتدخل في القناة القصيرة لتوزيع الجملة ثلاث مجموعات من المتعاملين كما هو موضح بالمخطط؛ حيث أن عملية البيع تتم من قبل الوكيل بالعمولة بالسوق المركزية لحساب المنتج، إذ يتدخل هذا الوسيط مقدما خدماته فقط دون تحمل المخاطرالتي قد تنجم عن تلك عملية البيع ؛ ولاتوجد أية عملية مبادلة أخرى بين الإنتاج والتجزئة. إن أعباءالعمليات المختلفة المتعلقة بفرز وتعبئة ونقل المنتوج تكون بدورها على حساب المنتج نفسه.

ويرى عمار صارني (19-A.SARNI 1984.P26) أن هذا النوع من القناة قد سلكته خضر مناطق برج الكيفان والرويبة وخميس الخشنة؛ كما نجده أيضا بضواحي البليدة وأكشرندرة بباقي متيجة والساحل.

2 - القناة المتوسطة :

في هذه القناة لايقوم المنتج بتوجيه منتوجاته مباشرة إلى الأسواق المركزية، بل يقوم بذلك عن طريق وسيط مفاوض، والذي يعمل على إيجاد منافذ للتصريف لدى الوكلاء بالعمولة لحساب المنتج، وفق نفس الشروط السابقة. وفي هذه الحالة لاتتم سوى عملية مبادلة واحدة قبل وصول المنتوج إلى التجزئة؛ وإتباع هذه القناة يكون خاصة عندما لايتوفرالمنتجون على كميات كبيرة من الإنتاج، وكذلك عندما يكون المنتجون بعيدين عن مراكز الإستهلاك.

3 - القناة الطويلة :

يقتصردورالمنتج هنا على بيع منتجاته إلى المشتري في الحقل قبل جنيها؛ والمشتري في الحقل وهوالذي يتكلف بعملية الجني والفرز والتكييف، ثم يعيد بيعها إلى المفاوض ، وهذا الأخيريعيد بيعها إلى تاجرالجملة الذي بد وره يعيد بيعها بكميات مجزأة إلى تجار نصف الجملة، الذين يعملون على تصريفها لدى تجارالتجزئة حيث أن عدد المبادلات تتراوح بين ثلاثة وأربعة. إن هذا النوع من القناة يجنب الأسواق المركزية للجملة؛ وهي من شانها أن تعمل على تموين خاصة بعض الأسواق الأسبوعية، والمناطق الداخلية من الوطن.

فهذا التمييزللقنوات، قصيرة ، متوسطة وطويلة، في الحقيقة، ما هو إلا تمييزا نظريا، يسمح بتحليل مسلك توزيع الجملة للمنتوج وهو في طريقه نحو التجزئة؛ وقد تمارس عمليات بيع خارجة عن جميع هذه القنوات، بالإعتماد في نفس الوقت على المتعاملين في مختلف قنوات التوزيع.

فالمنتج الواحد على سبيل المثال يمكن أن :

- يصرف بنفسه جزءا من إنتاجه.
- يعمل على بيع جزء آخر إلى الوكيل بالعمولة بالسوق المركزية.
- يبيع جزءا ثالثا في الحقل ...إلخ.

ثانيا : الوسطاء في قنوات التوزيع

يمكن اعتبارشبكة قنوات التوزيع على أنها سلسلة من العمليات ذات طبيعة متنوعة جدا من شانها أن تعمل على جمع المنتجات ووضعها تحت تصرف المستهلك ؛ ومن بين المتعاملين فيها :

1 - المنتجون :

يمكن للمنتجين أن يقوموا بتصريف منتجاتهم بصورمختلفة. فإذا تم بيعها إلى الوسطاء المفاوضين أوالمشترين في الحقل، فالأمريتعلق بالبيع نقدا في الحين (Vente ferme) ؛ أما في حالة البيع الى الوكيل بالعمولة، فإن المنتج لايعلم الثمن الذي يحصل عليه أثناء تسليم منتجاته إلابعد أن يبيع الوكيل بالعمولة نفسه تلك المنتجات.

هناك بعض المنتجين من يبيع بنفسه مباشرة إلى سوق الجملة، مثل المنتجين المتواجدين بالمناطق المحيطة بالجزائر و البلدية و بوفاريك .

ومايصل من هذه المنتجات إلى أسواق الجملة بالجزائر يقدربحوالي 40 ٪ ؛ وهي تزيد بالنسبة للبليدة وبوفاريك، ، وذلك حسب بعض الدراسات (23-S.C.E.T Alger Mars 1961)

2 - المشترون في الحقل :

يتميزنشاط المشترين في الحقل بإبرام عقود الشراء في الحقل مع المنتجين قبل جني المحصول وفق أسعارجزافية للكلغ أو للهكتار،الجارية في نفس اليوم أو محددة خلال فترة معينة.

إن هذا النوع من العقود يمتاز بكونه يعفي المنتج من عمليات الجمع والنقل والبيع ويوفرله إيرادا حاليا؛ غيرأنه يساعد على المضاربة، حيث أن المنتج عادة لايكون على دراية كافية بأحوال السوق؛ الأمرالذي يجعل من المشتري في الحقل يقدم له أسعارا جد منخفضة، وقد تكون أحيانا أقل من تكلفة الإنتاج.

وحسب الدراسة المشار إليها آنفا، فإن نسبة 60 ٪ من المنتجات التي تدخل الأسواق المركزية للجزائرالعاصمة هي من مصدرالمشترين في الحقل.

3- المفاوضون (السماسرة) :

يتمثل دورهم كوسطاء للمنتجين أوالمشترين في الحقل بتقديم خدماتهم المتعلقة بدراسة السوق واتجاهاتها، وإيجاد منافذ قصد تصريف منتجاتهم بأسواق الجملة وغيرها، مقابل عمولة يتفق عليها في كل مرة؛ ولهم أهمية أقل باعتبارأن مايصل إلى الأسواق المركزية يكون إما من المشترين في الحقل أو مباشرة من المنتجين، وهم عادة مايتدخلون لإيجاد منافذ للتصريف بأسواق الجملة للإستهلاك البعيدة عن مناطق الإنتاج.

4 - الوكلاء بالعمولة :

إن الوكلاء بالعمولة هم عبارة عن سماسرة، مهمتهم القيام ببيع المنتجات لحساب المنتج، مقابل عمولة تقدرفي المتوسط ب 6 ٪ ؛ حيث يلتزم المنتج بتحمل دفع الأعباء التي يقدمها له الوكيل بمناسبة تصريف تلك المنتجات.

ويتميزنشاط الوكالة بالعمولة بأن يمنع على الوكيل القيام بعملية المبادلة لحسابه الخاص؛ وهويجبرعلي قبول السلعة التي ترسل إليه بمجرد التاكد من صلاحيتها للإستهلاك بعد فحصها من قبل مفتشي الصحة النباتية. فالسلعة هنا تعتبرأمانة بقصد البيع؛ وعلى الوكيل أن يبحث عن الشروط الملائمة لبيعها من خلال المربع الذي يملكه بالسوق المركزية.

لكن في الواقع العملي، نجد أن هؤلاء الوكلاء يقفون أمام مجموعة من المنتجين من جهة، ومجموعة من موزعي التجزئة من جهة أخرى، متفرقين ليس لهم دراية كافية بأحوال السوق؛ الأمرالذي جعل الوكلاء في الأسواق المركزية يتحكمون في شبكة توزيع الجملة للخضر والفواكه، وكذلك في موزعي التجزئة (المصب) بالضغط على المنتجين بتصريف منتجاتهم بصورة يكون فيها العرض بالكاد يكفي الطلب عليه، وذلك من أجل الإبقاء على الأسعارمرتفعة وهي تعتبرممارسة إحتكارية في توزيع الجملة للخضروالفواكه.

5 - باعة الجملة :

يتميز نشاط وسطاء تجار الجملة بالإستقلال عن كل من المورد والزبون؛ فيشترون منتجات الخضر و الفواكه من المنتجين والوكلاء بالعمولة ومن تعاونيات التكييف والتصريف وبيعها إلى تجارالتجزئة بأسواق الجملةبالمناطق الداخلية للبلاد.

وبفضل هذا المصدرالمتعدد لتموين تجارالتجزئة نجد أنهم يعرضون مجموعة

من السلع المتنوعة للإختيار. وكذلك بالرغم من تطبيقهم لأسعارأعلى نسبيا من أسعار الأسواق المركزية والتعاونيات، نجدهم يتوفرون على مجموعة هامة من الزبائن؛ فهم يعرضون على تجارالتجزئة تسهيلات تموينية، وغالبا مايوصلون السلع إلى محل الزبون.

ويوجد عدد هام من تجارالجملة بمنطقة الجزائريبيعون منتجاتهم خارج الأسواق المركزية والتي منها كميات هامة قد أشتريت من تعاونيات التصريف القريبة، باسعا ر منخفضة وهو مايزيد في تكاليف التوزيع.

ويرى عمارصارني (19-A.SARNI .1984 P 25.) حسب إحصاءالديوان الوطني للملكية الصناعية لسنة 1969 أنه من بين 1065 تاجر جملة من الخضر والفواكه، وجد 40 ٪ منهم يمارسون نشاطهم بمنطقة الجزائر.

6 - باعة التجزئة :

وهم الباعة الذين يعيدون البيع إلى المستهلكين؛ وهم على عدة أنواع؛ فمنهم المستقرون والمتنقلون (المتجولون) :

أ - المستقرون ومنهم : - تجار التجزئة باسواق البلديات .

- تجار الدكاكين .

ب - المتنقلون المتجولون : وهم الباعة المتجولون؛ ويمكن أن نميز من بينهم أولئك الذين لهم عربة يد والذين لهم عربة مجرورة، والذين يملكون سيارة .
وأن عملية المناولة (Manutention) بين المربعات وسيارات الشحن تتم بواسطة الحمالين نظرا لأزدحام حركة نشاط الأسواق المركزية.

ثالثا : العوامل المحددة لاختيار القناة

إن اختيارالمنتج لبيع منتجاته عبرأحد القنوات المذكورة يرجع إلى :

1 - طبيعة المنتوج :

فالمنتوج الهش والقابل للتلف بسرعة، عادة مايصرف بواسطة قناة توزيع قصيرة، حيث يجب وضعه في متناول المستهلك باقصرمدة ممكنة، مثل الخضروات الطرية كالطماطم، الجلبانة، الخس، وغيرها.

في حين أن المنتجات التي تتحمل التخزين لفترة أطول كالبطاطس مثلا يمكنها أن تسلك باخطار أقل قناة طويلة.

2 - أهمية الكمية المباعة :

فالمنتج المتخصص في أنواع محدودة من المنتجات والتي ينتجها بكميات كبيرة، يمكنه أن يسلك قناة قصيرة، حيث قد يتجنب أحيانا حتى الوكيل بالعمولة.

3 - البعد بين مواقع الإنتاج ومراكز التوزيع :

من شانه أن يساهم بقدر هام في اختيارقناة التوزيع؛ فكلما كانت مناطق الإستهلاك بعيدة عن مناطق الإنتاج كلما كانت قنوات التوزيع طويلة ومعقدة.

4 - الوضعية المالية للمنتج، ومعرفته باحوال السوق :

فبقدرمايكون المنتج بحاجة إلى المال بقدر مايحاول الإسراع ببيع منتجاته قصد تسديد ديونه؛ من ذلك فقد يتكلف بتحمل جانب من عمليات التسويق، بتجنبه عمليات تناوب الوسطاء.

المبحث الثالث

تحليـــل نشاط هياكــل التوزيـــع

تقديم :

تعتبرالسوق المركزية لبلكور(سابقا) بالجزائرالعاصمة أفضل نموذج، من حيث احترام تطبيق قواعد تسييرنشاط هياكل التوزيع، والمتعلقة بدخول وخروج مختلف منتجات الخضروالفواكه، التي ينظمها القانون الداخلي للسوق.
وعليه، سوف نتطرق في بند أول إلى تحليل تطبيق تلك القواعد عند المنبع والمصب بالنسبة للسوق المركزية لبلكور، ثم بالنسبة لأسواق الجملة الأخرى.
أما في البند الثاني فسنعالج فيه الجانب الوظيفي بالنسبة للمتدخلين في السوق المركزية؛ والذين يختلفون باختلاف الوظائف التي يقومون بها. وسوف نجد أن أهم فئة هي فئة الوكلاء بالعمولة، التي كان لها باع طويل في السوق المركزية إلي غاية 1974، تاريخ بداية الإصلاح الجذري لنشاط توزيع المنتجات الزراعية.

وما القوانين التي استحدثت أو عدلت بعد الإستقلال كانت تخص فقط نشاط القطاع الأشتراكي . غيرأنه من الصعوبات بمكان تحليل العمليات التوزيعية والتجارية، نظرا للنقص في توفرالمعطيات الإحصائية خلال الفترة 62-1974 ، علاوة عن عدم وجود دراسات جدية وشاملة حول الموضوع ؛ لذلك فضلنا الاكتفاء فقط بتحليل الحركة الكمية، والقيمية قصد استخلاص نتائج عامة.

أولا : تحليل سيرنشاط هياكل التوزيع

إن قواعد وتنظيم سيرنشاط أسواق الجملة الخاصة للخضروالفواكه منذ الإستقلا ل إلى غاية 1974 ، ترجع إلى تلك القواعد الموروثة عن عهد الاستعمار ماعدا بعض التعديلات التي طرأت عليها، وهي تخص كيفية تسييرالمربعات التي أصبحت شاغرة بعد أن تركها المعمرون إبتداء من سنة 1963 .

وتعتبر السوق المركزية لبلكور بالجزائر العاصمة أفضل نموذج من حيث إحترام تطبيق هذه القواعد. وبهذا الصدد سوف نتطرق إلى قواعد دخول وخروج السلع في كل من هذه السوق، ثم بباقي الأسواق الأخرى.

1 - تحليل سير نشاط السوق المركزية لبلكور :

وسوف نعالج تنظيم هذا التسيير من حيث تعامل هذه السوق بالسلع من خلال المنبع من جهة ، والمصب من جهة أخرى .

1 . 1 - تحليل سير النشاط من حيث المنبع :

يتميز نشاط هذه السوق عند المنبع، بمراقبة صارمة من قبل هيئات المراقبة، فيما يخص احترام قواعد تنظيم دخول مختلف السلع من الخضر والفواكه . وهي مراقبة تتم من طرف مفتشي الصحة النباتية، الذين بإمكانهم إقرار الحكم بمصادرة وإتلاف المواد التي يتأكد من أنها غير صالحة للإستهلاك، وهذا وفق ماتتضمنه فقرات المادتين الرابعة والسادسة من التنظيم الداخلي للسوق؛ حيث تنص المادة الرابعة على أنه «قبل أن تطرح بأسواق التجزئة أو بأي مكان مسموح به لهذا الغرض، ويقع بالحدود الترابية لبلدية الجزائر، فإن كل منتجات الخضر والفواكه الطرية الموجهة للإستهلاك المحلي، يجب أن تعرض بالسوق المركزية للجملة، من أجل أن تخضع للفحص الصحي». في حين تنص المادة السادسة «العمل على مصادرة وإتلاف المواد التي يشكل إستهلاكها خطرا على الصحة العمومية».

نظرا لضيق هذه السوق صار يرخص لتجار الجملة بالمحلات المحاذية لهذا السوق بعدم المرور الإجباري لمنتجاتهم عبرها؛ ويسمح لهم بطلب فحص منتجاتهم في عين المكان من طرف مفتشي الصحة النباتية، وهو الأمر الذي جعل جانبا هاما من السلع التي تتموين بها العاصمة تفلت من المراقبة المباشرة للمصالح البلدية.

تتم عملية مراقبة دخول أنواع السلع المختلفة للسوق عن طريق التعرف عن كشوفات تشير إلى بيانات تتعلق باسم ولقب وعنوان المنتج أو المرسل؛ كما تشير أيضا إلى إسم الوكيل بالعمولة، والجهة أو المصدر الذي أتت منه تلك السلعة، والتي من شانها أن تبين لنا أصل المنطقة الجغرافية والجهة التي وردت منها تلك السلع.

لكن المتمعن في هذه الكشوفات يجد أنها لاتحمل سوى إشارات تتعلق باسم المنتج وهي في الغالب غير واضحة - وعدد الصناديق التي تم تسليمها دون العمل

على تدقيق فيما يخص طبيعة السلعة؛ كما أن هذه الوثائق تعتبر غيرتامة الإعداد ويوجد بها نقص هام، من المستحيل بواسطتها العمل على إعادة تشكيل حركة السلع، وأن الرجوع إلى هذا المصدرليس له أي جدوى (19-A.SARNI.Alger ..1984.P.33)

2 . 1 - تحليل سيرالنشاط من حيث المصب :

فيما يتعلق بالمصب، فإن عملية بيع المنتجات بالسوق المركزية من قبل الوكلاء بالعمولة من خلال المربعات التي يملكونها فهي منظمة وفق المادة رقم 39 من القانون الداخلي والتي تنص أن:« كل سلعة تعرض بالمربع يجب أن تكون محل بيع؛ ويتم التنازل عنها بمجرد أن يتقدم أول مشترلها بشرط أن يدفع الثمن المحدد»؛ وأن المنتجات التي لايكون ثمن طلبها معقولا، فإنها تترك بالمربع واعتبارها (سلعامتبقية) (Resserres).

غير أن الوكلاء بالعمولة عادة لايحترمون روح هذه المادة. ومن خلال نشاطهم تبين أنهم يعمدون باستمرارإلى الإبقاء على كميات هامة من السلع بمربعاتهم بالرغم من أن ثمنها كان معقولا، وهم بذلك يعملون على إبقاء أثمان تلك السلع مرتفعة. ومما شجعهم في ذلك ، كون هذه السلع المتبقية تصعب مراقبتها، الأمرالذي جعلها باستمرار كوسيلة للمضاربة من قبل الوكلاء بالعمولة؛ وهم بذلك يعملون على خلق ندرة إصطناعية من شانها رفع الأسعار.

ونفس الشيء بالنسبة لعملية البيع؛ فهي مراقبة -حسب ماتشيرإليه المادة45 من القانون الداخلي - بواسطة دفترالبيع الذي يتضمن المعلومات التالية

-إسم وعنوان المشتري - نوع السلعة المباعة - وزنها الإجمالي والصافي -
-عدد الصناديق -علامة المنتج أو المرسل.

وهناك لجنة مراقبة تشرف على احترام تطبيق قواعد البيع للنظام الداخلي الجاري بها العمل. وحسب مارك ديبوي، كانت قد أنشئت قبل الإستقلال؛ وهي تضم «ممثل عن المستهلكين، ممثل عن المنتجين، ممثل عن الوكلاءبالعمولة، ممثل عن تجار التجزئة، أربعة ممثلين عن إدارة البلدية» (21-M.Dupuis Alger 1965.P13)

2 - تحليل سير نشاط أسواق الجملة الأخرى :

تعتبر هذه الأسواق أقل أهمية من السوق المركزية لبلكورمن حيث حجم

التعامل بالسلع. وفي تسييرها، تخضع لنفس القواعد المسيرة لتلك السوق، إلا أنها لا تحترمها بصورة صارمة؛ من ذلك نجد أن استقبال السلع بها يتم في الصباح أوخلال النهار؛ وأن مصالح المراقبة بها التابعة للبلدية فيها متسامحة وأحيانا غيرموجودة. كما نلاحظ أن مراقبة الصحة النباتية من قبل مفتشي الصحة النباتية لاتتم بصورة مستمرة، وأن حوالي 90 ٪ من الوكلاء بالعمولة تتراوح مساحة مربعاتهم مابين 6 و 8 م2 ؛ ولكل واحد منها يعالج كمية ضعيفة أقل من 100 صندوق في الأسبوع (19.A.SARNI .Alger 1984 .P34).

ثانيا : تحليل نشاط المتدخلين في السوق المركزية

إن النشاط الوظيفي لوسطاء السوق المركزية للجزائرالعاصمة -باعتبارها تحتل مكانة بارزة على المستوى الوطني، سواء من حيث أهمية النشاط أو دقة التنظيم- تحكمه جملة من القواعد والأحكام التنظيمية؛ ويتعلق الأمر هنا بنشاط ثلاثة أنواع من الوسطاءالذين كانوا يزاولون نشاطهم بها، وهم الوكلاء بالعمولة، مسيروا تعاونية التصريف «التابعة للقطاع الإشتراكي»، تجار الجملة بالمحلات الخارجية؛ حيث تمارس كل من الفئة الأولى والثانية نشاطها بالمربعات الموجودة بداخل محيط السوق المركزية، في حين أن الفئة الأخيرة تشتغل بالمحلات التي تقع بالشوارع المحاذية للمحيط الخارجي للسوق. وسوف نتطرق إلى كل فئة على حدة.

1 - الوكلاء بالعمولة (Mandataires) :

يعين الوكلاءبالعمولة في ممارسة وظائفهم بالسوق المركزية من قبل رئيس بلدية الجزائر، وفق قواعد التنظيم الداخلي للسوق؛ الامرالذي يجعل نشاطهم يخضع للأحكام التالية :

- ليس لهم حق الشراء بالتجزئة (المادة 24).
- ليس لهم حق البيع بالتجزئة (المادة 41).
- ليس لهم حق الإشتراك مع مستخدميهم (المادة 25).
- أن يبلغ حجم معاملاتهم حدا أدنى يصل إلى 100 صندوق في اليوم (المادة 26).
- عليهم دفع مبلغ نقدي يقدرب 2000 دج للقابض البلدي كضمان (المادة29).

- لايسمح لهم القيام بأية عملية مبادلة خارج أوقات العمل المحددة.

إلا أن المادتين 30 و31 تحددان أنواع العقوبات التي تترتب في حالة عدم إحترام القواعد الآنفة الذكر؛ وهي تتمثل في تقديم إنذارات، أو إقصاءات؛ غيرأن عملية المراقبة هذه تبدو صعبة للغاية.

أما العمولة التي يتحصل عليها هذا الوسيط، فيمكن أن تكون موضوع مداولة بكل حرية بين المنتج والوسيط، على أنه لايمكن أن تتجاوز6٪ من قيمة مبيعات المنتجات المحلية، و8 ٪ من قيمة مبيعات المنتجات المستوردة أو السلع المتبقية وهوحسب ماتشير إليه المادة. وتنص المادة 22 من النظام الداخلي إلى إجراء يتعلق بتعويض الوكلاء بالعمولة، وذلك في حالة الغياب لمدة تزيد عن 6 أشهر عن ممارسة نشاطه بالمربع، ويعلن بانه شاغرا من قبل المصالح الإقتصادية والمالية للبلدية.

ونشيربهذا الصدد إلى انخفاض عدد الوكلاء بالعمولة سنة 1965 إلى44، بعد أن كان من قبل في حدود 64 وكيلا؛ ويرجع ذلك خاصة إلى إنسحاب الوكلاء بالعمولة الفرنسيين الذين كانوا يمارسون نشاطهم بالسوق المركزية، حيث خلفهم جزائريون أغلبهم من المستخدمين بالسوق المركزية هذا فيما يخص الوكلاء بالعمولة.

أما فيما يخص عدد المستخدمين بكل مربع، فالأمريتعلق بحجم الكميات التي يعالجها كل مربع، وتنوع العمليات التي يقومون بها، حيث نجد المناصب التالية : -رئيس البيع - البائع - محررالفواتر - القائم بالوزن - مسؤول الصندوق - عون خدمات التعبيئة، وغيرها؛ إلا أنه قد يقوم شخص واحد بمجموعة من العمليات؛ وأن الوظائف الهامة يكلف بها أفراد من العائلة كمسؤول الصندوق، ورئيس البيع.

2 - تجارالجملة بالمحلات المحاذية للسوق :

في الأصل، كانت هذه الفئة تمارس نشاطها داخل محيط السوق. وبفعل عامل التوسع إنتقلت إلى خارج المحيط بالمحلات الموجودة بالشوارع المحاذية للسوق المركزية، مما جعل أولئك التجار لايخضعون إلى نفس التنظيم الذي يسيرالوكلاء بالعمولة، ماعدا مراقبة الصحة النباتية.

كذلك نشيرإلى أن بعض هؤلاء الوكلاء بالعمولة كانوا متخصصين قبل

الإستقلال في إستيراد وتصديرمنتجات الخضروالفواكه؛ لكن مع إنشاءالديوان الوطني الجزائري للتسويق (ONACO) غداة الإستقلال، حيث أوكلت له مهمة إحتكارالتجارة الخارجية لهذا النوع من المنتجات، أصبح هؤلاءالوكلاء يتعاملون بالمنتجات الوطنية. وتشير بعض الدراسات إلى أن عددهم كان يتجاوز28 تاجرجملة في حدود سنة 1958 ليرتفع هذا العدد إلى 40 ، سنة 1964 ثم لينخفض إلى37 خلال سنة 1974؛ ويعزا ذلك إلى ازدهارالسوق المركزية والتطورالذي عرفته الثورة الزراعية بداية من السبعينات، والذي بموجبه يرمي إلى إحلال التسويق الإشتراكي (التعاوني والحكومي) محل التسويق الحر.

وإذا كان الوسطاء، بداخل محيط السوق يخضعون لمراقبة صارمة، فإن ما يميز مبادلات تجارالجملة في المحيط الخارجي له، هوعدم معرفة السلطات البلدية معرفة صحيحة لها.

3 - وكلاء التعاونية (التسويق الإشتراكي) (les Gérants de la Coopérative) :

بمجرد خروج الوكلاء بالعمولة الآجانب من السوق غداة الإستقلال، واصل مستخدموهم من الجزائريين تشغيل المربعات التي أصبحت شاغرة لمدة سنة، حيث تجمعوا في بداية خريف 1963 في شكل تعاونية بالسوق المركزية لمدينة الجزائر قصد تسويق منتجات الخضروالفواكه المتأتية من الإستغلالات الزراعية للقطاع المسير ذاتيا.

إن المادة الثانية من قانون إنشاء هذه التعاونية تنص على أن: «كل المربعات التي يعلن على أنها شاغرة إبتداء من أول جويلية 1962، تضم إلى هذه التعاونية» (19 -A. SARNI Alger .1984 . P37).

ويلاحظ أن القوانين التي إستحدثت في مجال التسويق، أوتلك التي تم تعديلها بعد الإستقلال، كان يخص فقط نشاط القطاع الإشتراكي، دون نشاط القطاع الخاص؛ الامرالذي أبقى على مجموع الوكلاء بالعمولة يمارسون شبه إحتكارفيما يخص عملية تسويق الجملة للخضروالفواكه، إلى غاية 1974 بداية الإصلاح الجذري لنشاط تسويق المنتجات الزراعية.

ثالثا : تحليل الحركة الكمية و القيمية للمنتجات

إنه لمن الصعوبة بمكان دراسة وتحليل العمليات التوزيعية والتجارية لمنتجات الخضروالفواكه في سوق الجملة الخاصة، كما هو مشارإليها في الفصل الأول، حتى نتمكن من معرفة الجوانب الإيجابية والسلبية لسيرالنظام، وذلك

راجع إلى النقص في التوفر على المعطيات الإحصائية الكافية خلال الفترة 62 -1974، وكذلك عدم وجود دراسات جدية وشاملة حول الموضوع.

غيرأننا سنعمد إلى الإستعانة ببعض المعطيات الإحصائية التي تمكنا من الحصول عليها -وهي غير كافية في نظرنا- محاولين التعامل معها، قصد استخلاص منها بعض النتائج، ومن ثم تدعيم بها أفكار كنا قد توصلنا إليها في معرض تحليلنا للموضوع.

وهي معطيات إحصائية تتعلق بتطور الجانب الكمي والقيمي لمنتجات الخضر والفواكه.

التطور الكمي والقيمي لمنتجات الخضر التي تم تصريفها عبر أشهر الموسم الزراعي 68-1969 بالأسواق المركزية.

الأشهر	الكميات المسوقة بالقنطار	رقم الأعمال	السعر
سبتمبر 1968	179 401	8751977,58	0,49
أكتوبر 1968	212 362	1107 2928 ,24	0,52
نوفمبر 1968	198 644	100 9115,02	0,05
ديسمبر 1968	186 516	988 5749,30	0,53
جانفي 1969	180 919	820 9228,34	0,45
فيفري 1969	160 407	796 4194,92	0,50
مارس 1969	1760 28	921 8882,00	0,52
أفريل 1969	214 482	109 55576,61	0,62
ماي 1969	209 670	990 7001,82	0,47
جوان 1969	212 954	14711209,12	69,08
جويلية 1969	302 963	126 39751,50	41,72
أوت 1969	201 586	825 6141,77	0,04
المجموع	243 5932	121 663 795,22	

المصدر (20-Revue Statistiques Agricole MARA N°13;Mai 1972.P59)

(جدول رقم 6)



(بيان رقم 1.6)

بيان التطور الكمي لمنتجات الخضر والفواكه

التطور الكمي والقيمي لمنتجات الفواكه التي وقع تصريفها عبر أشهر الموسم الزراعي 69-1968 بالأسواق المركزية .

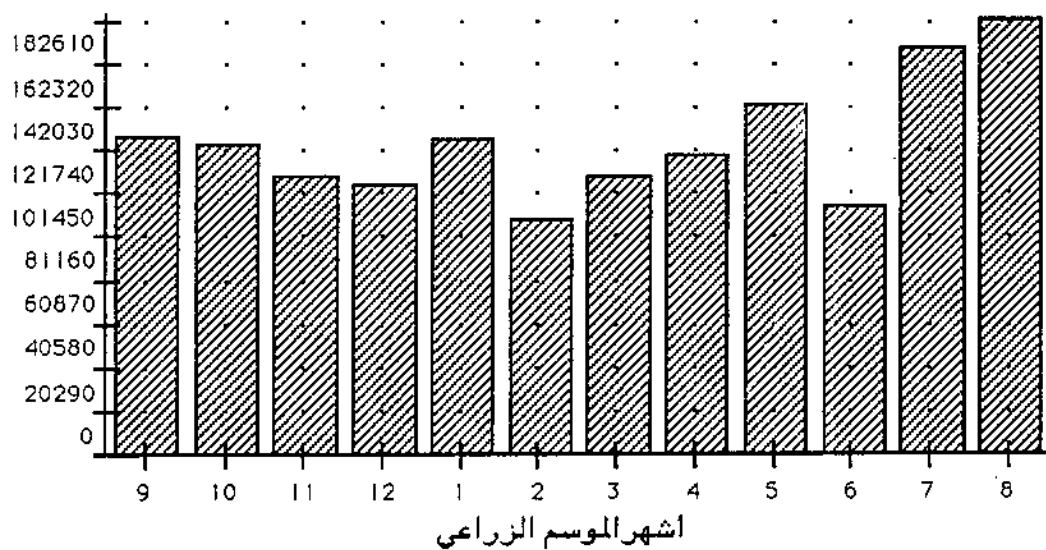
الأشهر	الكميات المسوقة (ق)	رقم الاعمال ب دج
سبتمبر 1968	147 445	103 4 8148,15
اكتوبر »	142 706	136 707 75,24
نوفمبر »	127 956	116 465 47,36
ديسمبر »	124 640	769 994 2,24
جانفي 1969	147 059	760 204 4,44
فيفري »	(-) 108 538	(-) 489 152 4,96
مارس »	128 450	117 334 1,07
أفريل »	138 518	735 116 8,03
ماي »	162 212	102 816 07,25
جوان »	114 591	112 643 40,65
جويلية »	188 162	(+) 134 593 10,76
أوت »	(+)202 884	130 295 93,82

المصدر: (20 - Revue Statistique Agricole. MARA .N°13 .Mai 1972 P 74)

(جدول رقم 7)

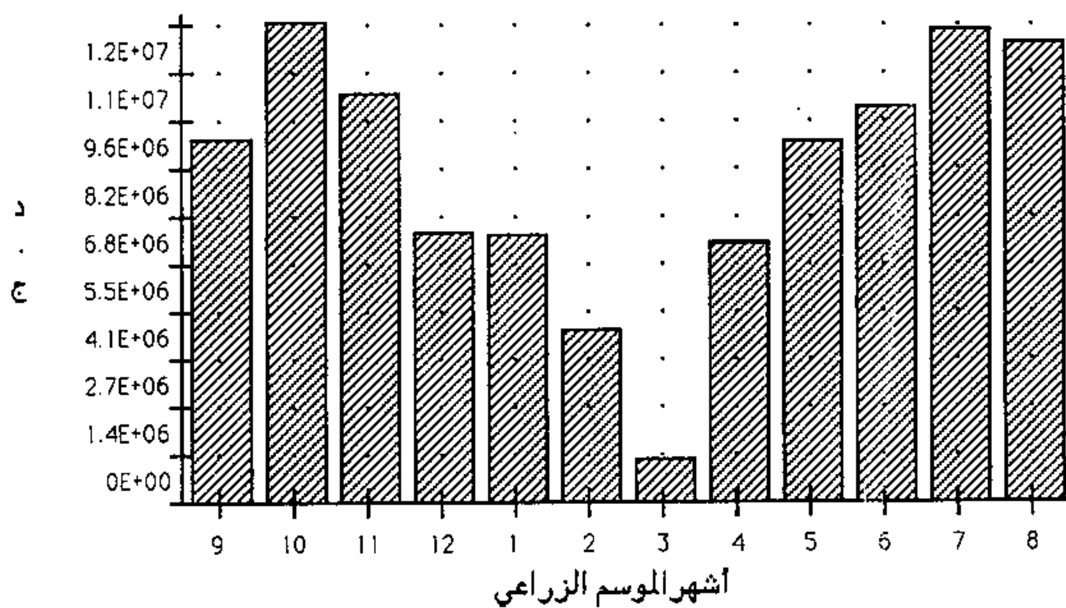
(+) أكبر كمية ، و أكبر رقم أعمال .
(-) أصغر كمية ، و أصغر رقم أعمال .

التطور الكمي للفواكه خلال الموسم 68-1969

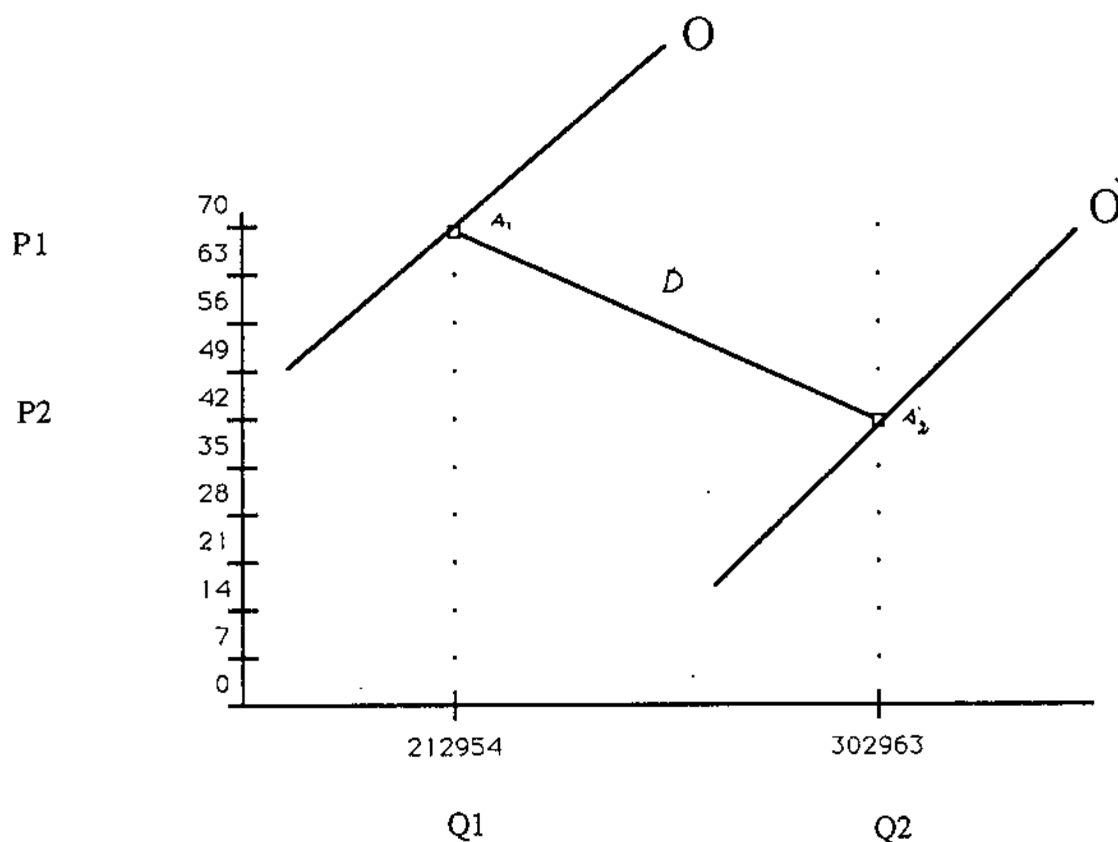


(بيان رقم 1.7)

التطور القيمي للفواكه خلال الموسم 69-1968



(بيان رقم 2.7)



(بيان رقم 2.6)

بيان الرسم : المحور العمودي يمثل المتوسط العام لاسعار الخضر بالدينار
المحور الأفقي يمثل المتوسط العام لكميات الخضر المطلوبة بالقنطار
المقارنة بين شهري جوان وجويلية 1969 جدول رقم 6 حيث لدينا :
Q1 = 212 954 ، P1 = 69,08 ، Q2 = 302 963 ، P2 = 41,72

$$e = -\, dQ1/dP1 \times dP2/dQ2 = -1$$

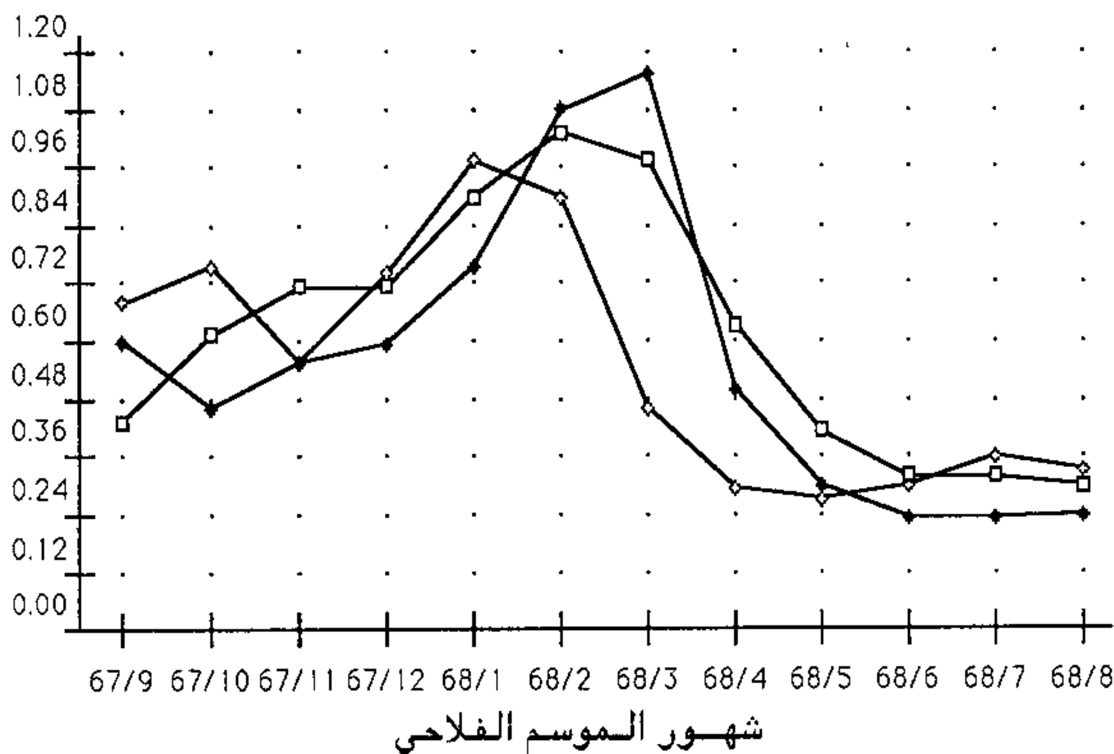
الفروق الشهرية في أسعار البيع المتوسطة لبعض منتجات الخضر
حسب المناطق المسوقة بالاسواق المركزية خلال الموسم 67-1968 .

الوحدة : ادج / كلغ .

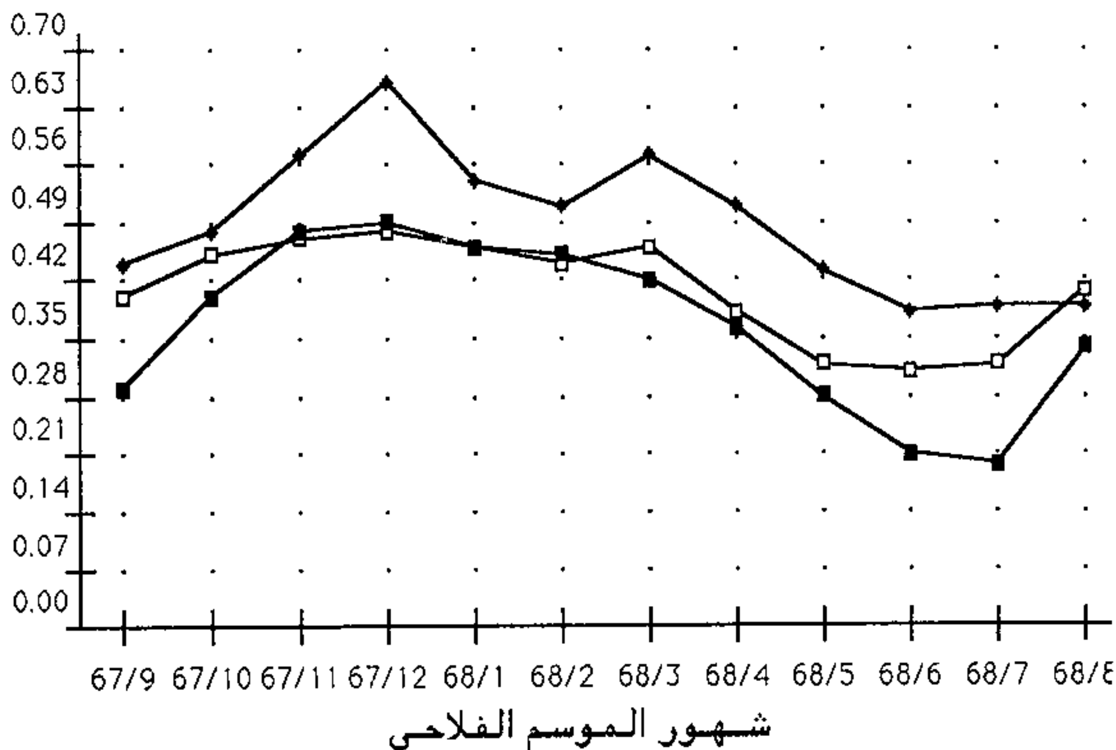
المنتجات / المناطق	67/9	67/10	67/11	67/12	68/1	68/2	68/3	68/4	68/5	68/6	68/7	68/8
الطماطم												
الجزائر	0,45	0,48	0,45	0,62	0,55	0,85	2,61	4,88	1,08	0,26	0,37	0,32
قسنطينة	0,60	0,57	0,59	0,82	0,84	1,25	1,30	-	1,39	0,31	0,38	0,31
وهران	0,57	0,35	0,37	0,75	0,75	1,38	3,30	0,93	0,31	0,33	0,33	0,38
البصل												
الجزائر	0,68	0,75	0,55	0,74	0,97	0,90	0,46	0,29	0,27	0,30	0, 36	0,33
قسنطينة	0,43	0,61	0,71	0,71	0,90	1,03	0,97	0,63	0,41	0,32	0,32	0,30
وهران	0,60	0,46	0,55	0,59	0,75	1,08	1,15	0,50	0,30	0,23	0,23	0,24
البطاطس												
الجزائر	0,40	0,45	0,47	0,48	0,46	0,44	0,46	0,38	0,32	0,31	0,32	0,41
قسنطي	0,44	0,48	0,57	0,66	0,54	0,51	0,57	0,51	0,43	0,38	0,39	0,39
وهران	0,29	0,40	0,48	0,49	0,46	0,45	0,42	0,36	0,28	0,21	0,20	0,34
الكوسى (Courgettes)												
الجزائر	0,40	0,40	0,56	1,21	-	4,00	2,92	0,80	0,27	0,22	0,43	0,35
قسنطينة	0,82	0,50	0,78	1,07	-	-	-	0,77	0,42	0,42	0,48	0,69
وهران	0,78	0,59	0,81	1,59	2,90	1,00	-	0,85	0,27	0,27	0,66	0,83

المصدر : (20 Revue Statistiques Agricoles MARA N° 13 Mai 1972 P: 71)

(جدول رقم 8)



(بيان 1.8) وهران (◆) قسنطينة (□) الجزائر (◇)



(بيان رقم2.8) (■) وهران (◆) قسنطينة (□) الجزائر

بطاطس

الفروق الشهرية في أسعار البيع المتوسطة لبعض منتجات الخضر حسب المناطق المسوقة بالأسواق المركزية خلال الموسم 1969/68 .

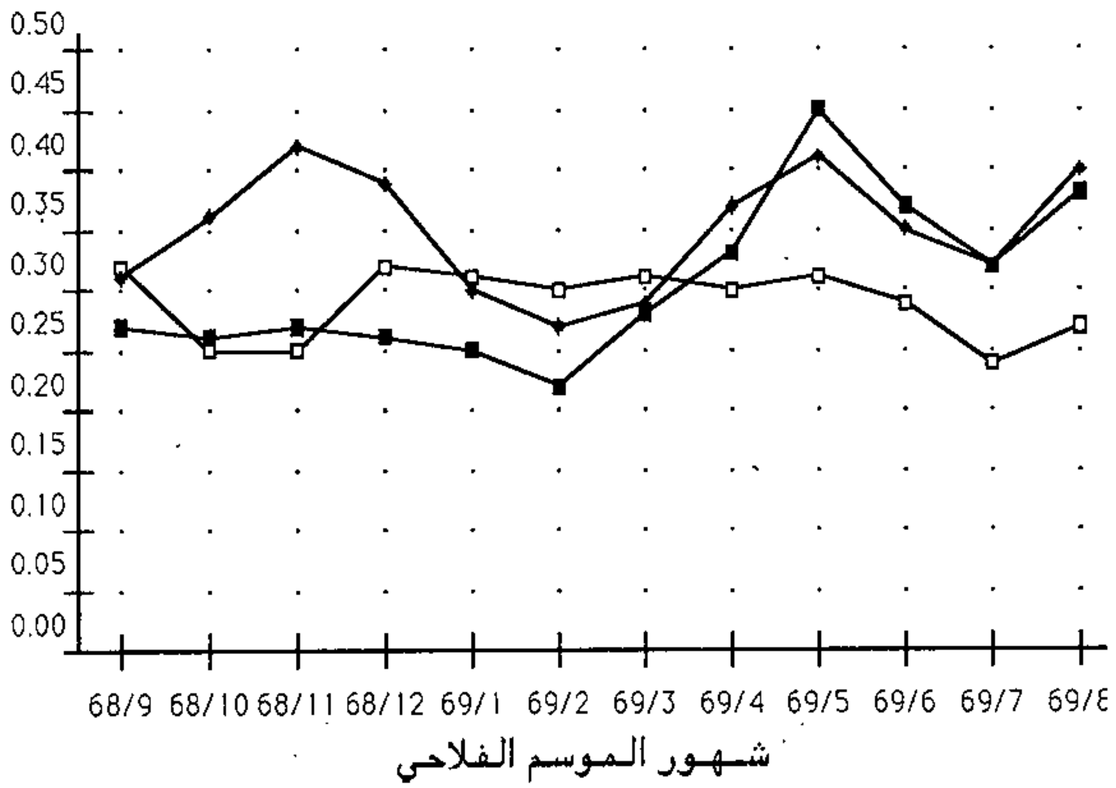
الوحدة : ادج / كلغ .

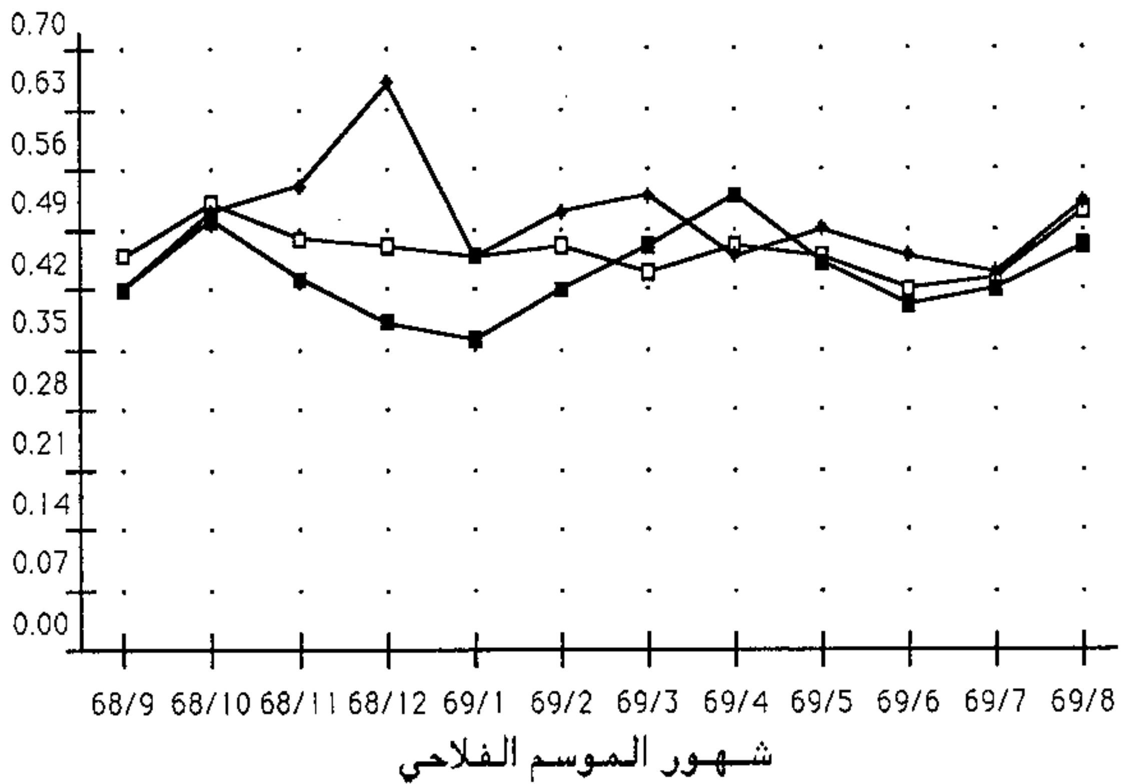
المنتجات / المناطق	68/9	68/10	68/11	68/1	69/1	69/2	69/3	69/4	69/5	69/6	69/7	69/8
الطماطم												
الجزائر	0,33	0,39	0,46	0,52	0,56	-	-	-	1,00	0,56	0,50	0,22
قسنطينة	0,38	0,40	0,51	0,61	0,92	-	-	-	1,70	0,55	0,36	0,29
وهران	0,32	0,30	0,34	0,62	0,88	-	-	-	1,22	0,81	0,52	0,31
البصل												
الجزائر	0,32	0,25	0,25	0,32	0,31	0,30	0,31	0,30	0,31	0,29	0,24	0,27
قسنطينة	0,31	0,36	0,42	0,39	0,30	0,27	0,29	0,37	0,41	0,35	0,32	0,40
وهران	0,27	0,26	0,27	0,26	0,25	0,22	0,28	0,33	0,45	0,37	0,32	0,38
البطاطس												
الجزائر	0,46	0,52	0,48	0,47	0,46	0,47	0,44	0,47	0,46	0,42	0,43	0,51
قسنطينة	0,42	0,51	0,54	0,66	0,46	0,51	0,53	0,46	0,49	0,46	0,44	0,52
وهران	0,42	0,50	0,43	0,38	036	0,42	0,47	0,53	0,45	0,40	0,42	0,47
الكوسى (courgettes)												
الجزائر	0,67	0,77	1,14	-	-	-	-	0,74	0,40	0,37	0,49	0,52
قسنطينة	0,68	0,49	0,96	-	-	-	-	0,85	0,47	0,45	0,62	0,75
وهران	0,72	0,52	0,72	-	-	-	-	1,15	0,54	0,40	0,46	0,6 8

المصدر : (20 . Revue Sta . Agri . MARA N° 13 . 1972 . P73)

(جدول رقم 9)

بصل　　　الجزائر (□)　قسنطينة (◆)　وهران (■)　(بيان رقم 1.9)





بطاطس　　　الجزائر (□)　قسنطينة (◆)　وهران (■)　(بيان رقم 2.9)

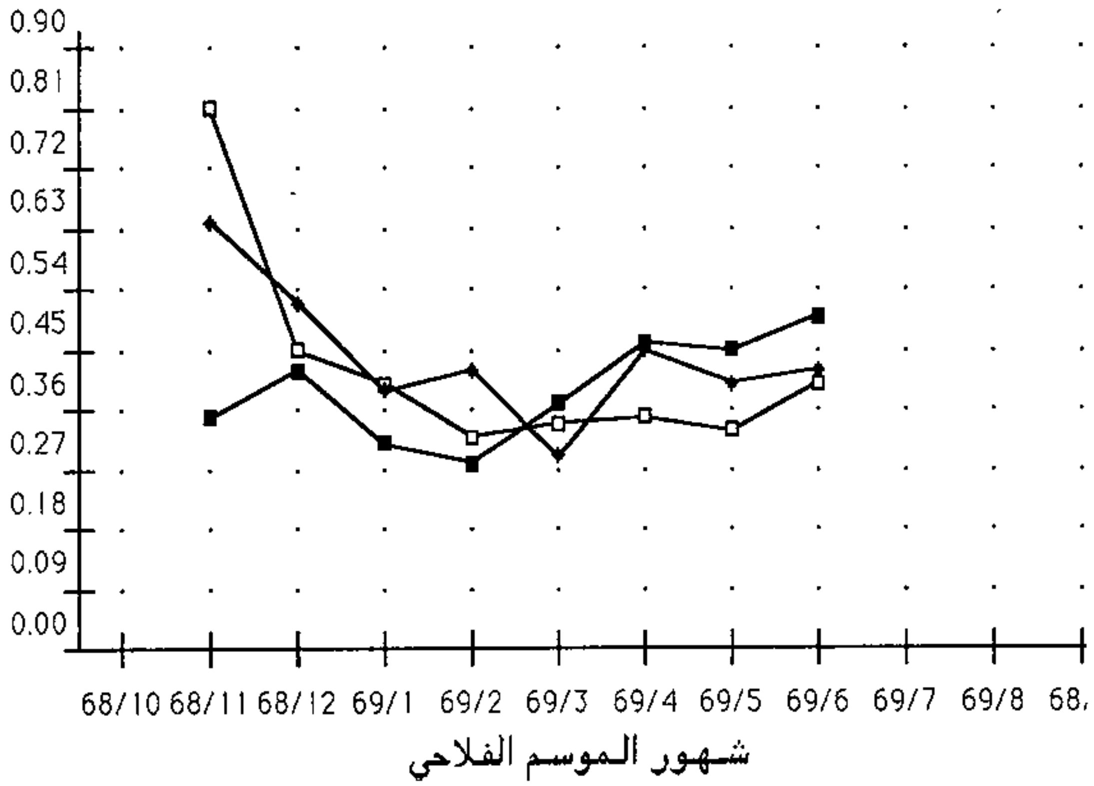
الفروق الجهوية في أسعار عينة من منتجات الفواكه بالأسواق المركزية بالنسبة للموسم 1969/68.

المنتجات / الجهات	68/10	68/11	68/12	69/1	69/2	69/3	69/4	69/5	69/6	69/7	69/8	68/9
البرتقال												
الجزائر	-	0,81	0,45	0,40	0,32	0,34	0,35	0,33	0,38	0,40	-	-
قسنطينة	-	0,64	0,52	0,39	0,42	0,29	0,45	0,40	0,40	0,42	-	-
وهران	-	035	0,42	0,31	0,28	0,37	0,46	0,44	0,45	0,50	-	-
العنب												
الجزائر	0,73	0,82	-	-	-	-	-	-	-	-	1,04	0,67
قسنطينة	1,00	1,20	-	-	-	-	-	-	-	-	1,14	1,05
وهران	0,94	0,84	-	-	-	-	-	-	-	-	1,01	0,80
البطيخ												
الجزائر	0,40	0,53	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,45
قسنطينة	0,54	0,56	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,60
وهران	0,40	0,55	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,42
كليمنتين												
الجزائر	-	0,83	0,56	0,50	0,35	-	-	-	-	-	-	-
قسنطينة	-	1,13	0,64	0,43	0,34	-	-	-	-	-	-	-
وهران	-	0,73	0,52	0,44	0,34	-	-	-	-	-	-	-
ليمون												
الجزائر	0,89	0,65	0,60	0,45	0,38	0,32	0,30	0,32	0,30	-	-	-
قسنطي	0,71	0,64	0,55	0,47	0,41	0,35	0,30	0,31	0,36	-	-	-
وهران	0,97	0,72	0,69	0,57	0,36	0,35	0,36	0,40	0,44	-	-	-
تمور												
الجزائر	-	1,54	1,61	1,67	1,77	-	-	1,21	-	-	-	-
قسنطينة	-	1,36	1,50	1,83	1,65	-	-	1,16	-	-	-	-
وهران	-	1,61	1,63	1,80	1,64	-	-	1,56	-	-	-	-

المصدر : (20 Revue Stat . Ag MARA . N° 13 .1972 .P85)

(جدول رقم 10)

البرتقال



الجزائر (□) قسنطينة (◆) وهران (■)

(بيان 1.10)

تحليل معطيات الجداول

تتعلق هذه الجداول والمنحنيات بالمعطيات الكمية والقيمية لمنتجات الخضروالفواكه التي تم تصريفها خلال أشهرالموسم الزراعي 68-1969 على مستوى 19 سوقا مركزية مقامة عبر 13 ولاية من ولايات الشمال؛ حيث أن الموسم الزراعي يتكون من ثلاثة فصول إنتاجية هي على التوالي :

أ - الفصل المؤخر (L'Arrière Saison) حيث يبدأ خلاله الموسم، ويشمل الأشهرالتالية : أوت، سبتمبر، أكتوبر، نوفمبر.

ب - الفصل المبكر : (la Saison primeure : ديسمبر، جانفي، فيفري، مارس.

ج - الفصل (la Saison) : ويشمل أفريل، ماي، جوان، جويلية.

من تلك الجداول نستنتج مايلي :

1 - أن منتجات الخضروالفواكه تتميزبالخاصة الموسمية، حيث يكثر إنتاجها وبالتالي عرضها خلال فصل الإنتاج العادي، نظرا لملائمة الظروف المناخية؛ ويقل نسبيا خلال الفصلين الآخرين، أي الفصل المؤخر، والفصل المبكر.

2 - تبدأ هذه الكميات في التناقص بعد إنطلاق الفصل المؤخربحوالي شهر، ويستمر هذا التناقص إلى غاية بعد منتصف الفصل المبكر، أي من سبتمبر إلى غاية مارس تقريبا؛ ثم تبدأ في الإرتفاع تدريجيا طيلة الفصل العادي ليصل أقصاه عند نهايتها تقريبا.

3 - بمقارنة منحنيات التطورالكمي والقيمي، نجد أن تحقيق أكبركمية مصرفة (مسوقة) لاتؤدي بالضرورة إلى تحقيق أكبرقدرمن رقم المبيعات، إذ أن أكبر قدرمن الكميات التي تم تصريفها من الخضركان في جويلية، في حين أن أكبرقدرتحقق في المبيعات كان في شهر جوان؛ ونفس الشيء بالنسبة للفواكه، فإن تحقيق أكبرقدرمن الكميات المسوقة كان في أوت، بينما أكبرقدرمن رقم المبيعات كان في جويلية.

4 - إن الأمريتعلق بزيادة العرض عن الطلب عليه، مما أدى إلى انخفاض في الأسعار وبالتالي إنخفاض رقم المبيعات في جويلة بالنسبة للخضر، وفي أوت بالنسبة للفواكه.

5 - يعتبرالسعرعامل تعادل العرض مع الطلب عليه. ويلعب هذا الدور بصورة أساسية على مستوى أسواق الجملة لبعض المواد الغذائية، كاللحوم،

الأسماك، والخضروالفواكه؛ فبقناة التوزيع يوجد العديد من التجار يكونون على استعداد لشراء كمية محددة بالسعر الذي يتحدد وفق هذا الطلب؛ وحيث أن مرونة الطلب بالنسبة للسعرهي أقل من تلك التي تكون على مستوى التجزئة، فإذا كان الامركذلك ، وعندما يتجاوزالعرض الطلب عليه على مستوى الجملة، فإننا سنشهد سقوطا شديدا في الأسعار.

6 - ذلك ما يبينه لنا الرسم البياني في(الشكل رقم 4.6)وحيث أن منحنى الطلب D تحدد على مستوى الجملة ، وتم تصريف الكمية Q1 عند السعر P1 (نقطة تلاقي منحنى العرض مع الطلب) وبزيادة العرض إلى Q2 فإن الطلب لم يستجب لذلك ، إلا بتخفيض السعر إلى P2 عند النقطة A_2، حيث قد مر منحنى جديد للعرض (O') ؛ أي هناك انتقال لمنحنى العرض. فهذا يبين أن تغيرنسبي في الكمية المعروضة من Q1 إلى Q2 أدى إلى تغير شديد في السعر من P1 إلى P2، وأن قيمة مرونة الطلب كانت ($e = 1$)، أي طلب قليل المرونة.

7 - إن تفسيرهذه النتيجة يعود إلى أن الطلب على المنتجات الزراعية يتسم بالثبات تقريبا؛ في حين أن العرض يتسم بالتغير المستمر، نظرا لطبيعة الإنتاج الزراعي الذي يعتمد بدرجة كبيرة على الاحوال الجوية خلال الموسم الواحد أوحتى خلال الفصل الواحد.

8 - وحيث أن قناة توزيع الجملة تكون قادرة على امتصاص كمية محدودة فقط ، فإنه يصبح من الخطورة بمكان على المنتجين عرض أكبر من هذه الكمية. ويكون من المفيد لهم معادلة العرض بالطلب عليه، حتي يكون السعرعند المستوى المرغوب فيه؛ وذلك على مرحلتين :

أ - مراقبة العرض بعدم تجاوزه حدا معينا .

ب - معادلة العرض بالطلب عليه، وفق سعرالسوق .

وتعتبرعملية العرض من المشاكل الأساسية، في الأسواق الزراعية في البلدان المتطورة، حيث أن العرض غالبا مايتجاوزالطلب عليه.

تقييم تنظيم التوزيع

يرجع الإبقاء على تنظيم توزيع الجملة الخاص للخضروالفواكه على ماكان عليه أثناء الاستعمار، بالرغم من إجراء بعض التعديلات الطفيفة عليه كنزع مهمة التصدير والإستيراد التي أصبح يتكلف بها جهازحكومي و هوالديوان الوطني الجزائري للتسويق، إلى عدم توفرالإمكانيات البشرية والمادية لتعويض هذا النظام بنظام توزيع جديد، من شانه أن يشمل توزيع قطاعي الإنتاج الخاص والاشتراكي؛ لذلك إنصب إهتمام السلطات الحكومية آنذاك بقضية كيفية تنظيم توزيع منتجات الاراضي التي تركها المعمرون، والتي أعيد تنظيم تسييرها من طرف العاملون فيها في شكل مزارع مسيرة ذاتيا؛ وهوما أصبح يطلق عليه بالقطاع الاشتراكي بعد الاستقلال مباشرة؛ الامرالذي ترتب عنه إيجاد تنظيم للتوزيع من شانه أن ياخذ على عاتقه منتجات هذا القطاع وهو ماحدث فعلا.

وعليه فمنذ الإستقلال وقطاع التوزيع يسير بتنظيمين مختلفين، إن لم نقل متناقضين :

- أحدهما يستمد قوته وفعاليته من قوة تنظيمه واستقراره و وضوح علاقاته وأهدافه فيما بين المتعاملين فيه وهو القطاع الخاص .
- وثانيهما يستمد قوته من قوة السلطة الإدارية المشرفة عنه، وهوتنظيم يتميزبعدم الإستقراروالثبات، ألا وهوالقطاع الاشتراكي.

ومنذ الاستقلال وهما قائمان بشكل متواز؛ يعملان بطريقة تنافسية كبيرة كادت أكثرمن مرة أن تعصف بالقطاع الاشتراكي. واستمرت تلك الوضعية إلى غاية 1974 حيث تم وضع حد لنشاط قطاع التوزيع الخاص بصورة نهائية من قبل السلطات الحكومية.

غيرأنه في مجال مقارنة الاسعارالمطبقة وحجم الكميات المسوقة في كلا النظامين نجد أن السوق المركزية لاتزال تمارس احتكارها؛ وهذا مايبينه لنا الجدولان التاليان :

مقارنة تطور الأسعار الشهرية لأهم منتجات الخضر الواسعة الإستهلاك في كل من القطاع الإشتراكي والخاص خلال الموسم :
(1968-1969)

- التعاونيات الجهوية للتصريف (CORE)
- السوق المركزية (halles centrale)

الوحدة : كلغ / د . ج

3- الطماطم : Tomates

الأشهر	السعر في كل قطاع		
	ت . ج . ت CORE	س . م H . C	متوسط السعر المرجع
سبتمبر	0,13	0,33	0,25
أكتوبر	0,27	0,39	0,35
نوفمبر	0,25	0,37	0,31
ديسمبر	0,36	0,52	0,46
جانفي	0,44	0,66	0,59
فيفري	1,70	1,37	1,21
مارس	0,31	1,48	0,53
أفريل	1,64	1,83	1,78
ماي	0,75	1,10	1,03
جوان	0,38	0,60	0,49
جويلية	0,34	0,42	0,39
أوت	0,15	0,23	0,19
متوسط السعر المرجع	0,28	0,46	0,38

2- البصل (Oignons)

الأشهر	السعر الصافي		
	ت. ج ت CORE	س . م H . C	متوسط السعر المرجع
سبتمبر	0,21	0,33	0,29
أكتوبر	0,16	0,40	0,37
نوفمبر	0,22	0,36	0,33
ديسمبر	0,19	0,31	0,29
جانفي	0,18	0,27	0,25
فيفري	0,17	0,25	0,24
مارس	0,19	0,25	0,24
أفريل	0,18	0,28	0,27
ماي	0,25	0,32	0,31
جوان	0,24	0,30	0,29
جويلية	024	0,26	0,26
متوسط السعر المرجع	0,20	0,31	0,29

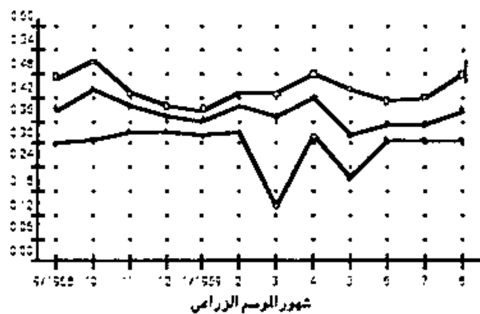
1- البطاطس : P / de Terre

الأشهر	السعر في كل قطاع		
	ت. الجوية للتصريف CORE	السوق المركزية H.Central	متوسط السعر المرجع
سبتمبر	0,30	0,47	0,39
أكتوبر	6,31	(+) 0,51	(+) 0,44
نوفمبر	(+) 0,33	0,43	0,40
ديسمبر	0,33	0,40	0,37
جانفي	0,32	(-) 0,39	0,36
فيفري	(+) 0,33	0,43	0,40
مارس	(-) 0,14	0,43	0,37
أفريل	0,32	0,48	0,42
ماي	0,21	0,44	(-) 0,32
جوان	0,31	0,41	0,35
جويلية	0,31	0,42	0,35
أوت	0,31	0,48	0,39
متوسط السعر المرجع	0,29	0,44	0,38

المصدر : (Revue Statistiques Agriculture . MARA N°13 . 1972 p 66 : 20)

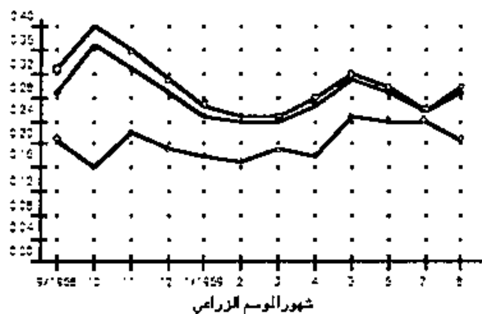
(جدول رقم 11)

مقارنة تطور الأسعار الشهرية للبطاطس في كل من القطاع الخاص و القطاع لإشتراكي خلال الموسم 69/1968



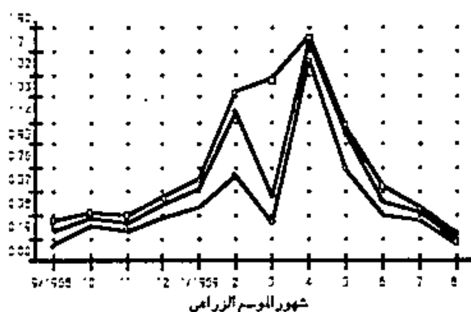
بيان رقم 1.11

مقارنة تطور الأسعار الشهرية للبصل في كل من القطاع الخاص و القطاع لإشتراكي خلال الموسم 69/1968 .



بيان رقم 2.11

مقارنة تطور الأسعار الشهرية للطماطم في كل من القطاع الخاص و القطاع لإشتراكي خلال الموسم 69/1968



بيان رقم 3. 11

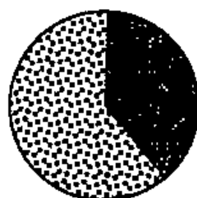
التعاونيات الجهوية للتصريفق -CORE- (ם)
السوق المركزية -H.Centrales- (◊)
متوسط السعر المترجح (×)

مقارنة بين حجم الكميات من أهم منتجات الخضر المسوقة في السوق الداخلية خلال الموسم 1969/68 .

المنتجات قطاعات الإنتاج	الكميات (قناطر)	٪للكميات لكل قطاع بالنسبة للمجموع	الاسعار الوسيطة المرجحة دج/كلغ
البطاطس:			
- ق الاستراكي	504 325	%46	0,29
- ق خاص	592 685	%54	0,44
- المجموع	1 097 010	% 100	0,38
الطماطم:			
-ق الاشتراكي	268 916	%39	0,28
-ق خاص	427 654	%61	0,46
- المجموع	69570	%100	0,38
البصل:			
- ق الاشتراكي	415 51	%16	0,20
- ق خاص	223 300	%84	0,31
- المجموع	264 851	%100	0,29

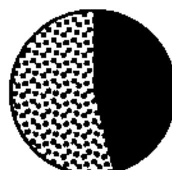
المصدر : (20- Revue Stati. Ag. MARA N° 13. 1972 P.61)

(جدول رقم 12)



نسب الكميات المسوقة من الطماطم من طرف القطاع الإشتراكي و القطاع الخاص خلال الموسم الفلاحي 1969/68

الشكل رقم 2.12



نسب الكميات المسوقة من البطاطس من طرف القطاع الإشتراكي والقطاع الخاص خلال الموسم الفلاحي 1969/68

(بيان رقم 1.12)



نسب الكميات المسوقة من البصل من طرف القطاع الإشتراكي والقطاع الخاص خلال الموسم 1969/68

(بيان رقم 3.12)

من خلال الجدول الذي يشيرإلى أهم المنتجات ذات الإنتاج والإستهلاك الواسعين خلال الموسم 1969/68 وبالرغم من أن قطاع التوزيع الإشتراكي قد قطع شوطا لاباس به منذ إنشائه إلى غاية 1969 ، فإننا نجد أن الكميات المسوقة على المستوى الداخلي، بقي القطاع الخاص يحتل فيها الصدارة، مقارنة بالقطاع الاشتراكي. إن التنظيم المحكم الذي يتبعه القطاع الخاص والذي يؤدي إلى جلب المنتجين إليه، ليس من الخواص فحسب، بل كذلك من منتجي القطاع الاشتراكي، بالرغم من ارتفاع الأسعار كما هو مبين في الجدول؛ وذلك لتشجيعهم على تلقي أثمان منتجاتهم في الحين، أو في آجال معلومة؛ وأحيانا تقديم تسبيقات لهم قبل نضج المنتوج كالبيع في الحقل ومساعدتهم في نقل المنتجات بتقديم لهم عدد الصناديق اللازمة عند الجني، بالإضافة إلى توفيرلهم وسائل النقل وغيرها من المساعدات من قبل المتعاملين.

وإذا كانت شبكة التوزيع هذه، تتكون من مجموعة من الهياكل المتكاملة فيما بينها، كالأسواق المركزية المنتشرة عبر ولايات الوطن، وكذلك باعة الجملة، وبالإضافة إلى الأسواق المحلية، فإن السوق المركزية لبلكور(سابقا) بالجزائر تعتبرراائدة من حيث اعتبارها سوق إنتاج، نظرا لقربها من مواقع الإنتاج ، وسوق إستهلاك لكونها لاتتمون منها بمنطقة الجزائر فحسب، بل تتمون منها مختلف مناطق الوطن؛ كما أن المتدخلين فيها، الوكلاء بالعمولة، تحكمهم مجموعة من الاحكام تنظم ممارسة نشاطهم بصورة صارمة، وأن جزاء المخالفات المرتكبة تبدأ بشكل إنذارات لتصل إلى درجة الإقصاءات؛ وهذا على خلاف باقي الأسواق المركزية الأخرى التي هي دون مستوى السوق المركزية لبلكورمن حيث دقة التنظيم، والصرامة في المراقبة من قبل مفتشي الصحة النباتية التابعة للبلدية؛ غيرأنه في الواقع العملي، نجد أن هؤلاء الوكلاء بالعمولة يقفون أمام مجموعة من المنتجيين ومجمو عة من موزعي التجزئة متفرقين، ليست لهم دراية بأحوال السوق؛ وهوما جعل الوكلاء بالعمولة يتحكمون في شبكة توزيع الجملة للخضروالفواكه بالضغط على المنتجين بتصريف منتجاتهم إلى درجة يكون فيها العرض بالكاد يكفي الطلب عليه، حتى تبقى الأسعارمرتفعة؛ لكنهم يحصلون على عمولة تفاوضية لاتتجاوز 6 ٪ من مقدارالمبيعات؛ كما أنهم يعمدون باستمرارإلى الإبقاء على كميات هامة من السلع بمربعاتهم، بالرغم من أن ثمنها معقولا وذلك قصد الإبقاء على أثمان السلع مرتفعة. وأن ماشجعهم على ذلك كون

السلع المتبقية يصعب مراقبتها؛ وهي عملية، اسخدمها الوكلاء بالعمولة باستمرار كوسيلة للمضاربة، من شانه اخلق ندرة إصطناعية تؤدي إلى رفع الأسعارالتي يستفيدون منها.

خلاصة الفصل الثاني

إنه لمن الأهمية بمكان وضع الإطارالنظري العام لاية عملية بحث تطبيقي، باعتباره الهيكل الذي من شانه أن يساعد على تحضير أدوات التحليل، وتحديد الخطوات اللازمة، ومن ثم تعاملها مع المعطيات المتعلقة بالمجال العملي لإعطاء ذلك الهيكل روحه، قصد الوصول إلى النتائج التي يطمح الباحث في الوصول اليها. ذلك ماكان قد وفره لنا الجانب النظري، المتعلق بنظام توزيع الجملة بصورة عامة، وتطبيقه على موضوع الجملة الخاص للخضروالفواكه، في الجزائرمنذ الأستقلال إلى غاية 1974.

وقد أمكننا معالجة هذا الموضوع، في ثلاث محاورفي شكل مباحث؛ وخصصنا المحور الرابع لتقييم المحاورالثلاثة السابقة من خلال ترابطها العضوي فيما بينها.

وهكذا فقد تناولنا في المبحث الأول الذي يتعلق بتعريف تنظيم توزيع الجملة الخاص للخضروالفواكه، وذلك من خلال نشاته التي ترجع الي فترة الأحتلال الفرنسي؛ واستمر هذا التنظيم بعد الأستقلال على نفس الشاكلة وبنفس أساليب العمل، وطرق التوزيع الموروثة عن عهد الأستعمارالى غاية 1974 ماعدا بعض التعديلات في الوظائف المتعلقة بالتصدير والإستيراد التي أوكلت الي جهازحكومي آنذاك .

وتعتبرمنتجات الخضروالفواكه التي يتعامل فيها هذا النظام ذات أهمية استراتيجية في الحياة الأستهلاكية لأفراد مجتمعنا، علاوة على أنه يحتل أكبرنسبة في التعامل بها في السوق الداخلية، كما تبينه مختلف الجداول السابقة الذكر .

أما على مستوى التنظيم الهيكلي، فنجد هناك 19 سوقا مركزية، منتشرة عبر13 ولاية آنذاك؛ والأسواق المحلية الموجودة عادة بالمناطق ضعيفة الإنتاج، علاوة على فئة باعة الجملة التي تلعب دورالوسيط بين الأسواق المركزية و تجارالتجزئة، حيث تربطهم علاقات من خلال التدفقات السلعية المتاتية من المنبع والمتجهة إلى المصب وفق المخطط الهيكلي لهذا التنظيم، كما هوموضح في الشكل رقم 3 .

وتجدر الإشارة إلى أن أهم هذه الهياكل هو السوق المركزية لبلكور بالجزائر، والتي تعتبر نموذجا من حيث درجة التنظيم، والصرامة في المراقبة، وكذلك بالنسبة لحجم الكميات من السلع المتعامل فيها؛ وهذه الهياكل عبارة عن أسواق تلعب دورا هاما في عملية تموين مختلف مناطق التراب الوطني؛ كما أنها تشكل في مجموعها نظام توزيع الجملة الخاص للخضر والفواكه يتكون من عدة قنوات ، تعبر من خلالها المنتجات، قصد تصريفها، والتي تختلف فيما بينها من حيث مدى الطول؛ فهناك القصيرة، المتوسطة، والطويلة.

إن هؤلاء المتدخلين، على فئات مختلفة؛ تتميز فيما بينها من حيث الوظائف التي تتم بها على مستوى كل قناة .

كذلك إلى أهمية الوكلاء بالعمولة، الذين يتوسطون في القناة القصيرة، حيث يقومون بخدمات لحساب المنتج مقابل عمولة، دون تحمل المخاطر التي قد تنجم عن عملية البيع. ولهم دورا هاما في تنظيم توزيع الجملة الخاص.

بالإضافة الى فئة الوكلاء بالعمولة في القناة المتوسطة، هناك فئة المفاوضين الذين يتوسطون لدى المنتجين بتقديم خدماتهم المتعلقة بإيجاد منافذ للتصريف، لقاء عمولة يتفق عليها في كل مرة.

زيادة على فئات أخرى، كالمشترين في الحقل، تجار الجملة، نصف الجملة وغيرهم بالنسبة للقناة الطويلة.

غير أنه في إطار تحليل سير نشاط شبكة توزيع الجملة الخاصة، فالأمر يتعلق بكيفية سير السوق المركزية، حيث عرفنا أنها تسير وفق قواعد التنظيم الداخلي له، والموروثة عن عهد الإستعمار، وهي قواعد تتسم بالصرامة في تطبيقها الميداني، من خلال التعامل بالمنتجات عند دخولها وخروجها؛ إذ يتميز دخولها بمراقبة صارمة حول صلاحياتها للإستهلاك، من قبل مفتشي الصحة النباتية. ثم أن خروجها الذي يتعلق بعملية البيع من طرف الوكلاء بالعمولة يخضع لأحكام محددة، وأن الإخلال بها يعرض صاحبه إلى جملة من العقوبات .

كما يعمل كذلك بالسوق المركزية مسيروا تعاونية التصريف الذين يقومونون بتصريف منتجات القطاع الاشتراكي. أما فئة تجار الجملة، فلقد أصبحت تعمل خارج محيط السوق المركزية ، بفعل عامل توسع هذه الأخيرة.

وفيما يخص التعامل بالمنتجات، فقد تناولناه من حيث التطور للحركة الكمية، والقيمية من خلال الجداول والرسومات البيانية، واستخلصنا منها بعض النتائج نذكر منها : أن عرض منتجات الخضر والفواكه يتسم بالطابع الموسمي؛ في حين أن الطلب يتسم بالثبات تقريبا، فإن السعر لايعبر عن تكلفة

الإنتاج الحقيقية بل يلعب دورتعامل العرض مع الطلب عليه في السوق.

أماالعنصرالأخير والمتعلق بتقييم تنظيم توزيع الجملة الخاص للخضر والفواكه ، فإننا نلاحظ أنه منذ الأستقلال وقطاع التوزيع للخضروالفواكه يسيربتنظيمين مختلفين؛ أحدهما يستمد قوة وجوده وفعاليته من خلال التنظيم القائم عليه، والذي يتميز بالإستقرار و وضوح علاقاته بين المتعاملين فيه، ألاوهوالقطاع الخاص ؛ وثانيهما يستمدها من قوة السلطة الإداريةالمشرفة عليه؛ ويتميزتنظيمه بالهشاشة وعدم الأستقرار، والذي يتمثل في القطاع الأشتراكي.

وقد لاحضنا أنهما يعملان بشكل متوازي، بطريقة تنافسية كبيرة، كادت أن تحطم القطاع الأشتراكي في العديد من المرات؛ واستمرت تلك الوضعية إلى غاية 1974، حيث وضعت السلطة الإدارية حدا بصورة نهائية للنظام الخاص لصالح القطاع الأشتراكي.

ولإبراز أهمية القطاع الخاص في مجال احتكارالسوق الداخلية على حساب القطاع الإشتراكي فإن الجدول رقم 12 يبين ذلك بوضوح. كما يتوفرعلى تشكيلة متكاملة وواسعة من السلع المتعامل بها؛ ويرجع ذلك إلى الإغراءات التي يقدمها بهدف جلب المنتجين له، ليس فقط لمنتجي القطاع الخاص فحسب، بل كذلك منتجي القطاع الأشتراكي، والتي تتمثل في حصولهم على أثمان منتجاتهم في الحين أوتسبيقات لهم، قبل نضج المنتوج (كالبيع في الحقل)، و بتقديم لهم وسائل التعبئة (الصناديق)، عند نضج المنتوج أوتوفيرلهم وسائل النقل وغيرها.

غيرأن السوق المركزية لها أهمية متميزة. فهي تعتبر سوق إنتاج لقربها من مواقع الإنتاج وسوق إستهلاك لكونها تموّن منطقة الجزائر والمناطق الأخرى من الوطن. كما يتميز المتعاملون فيها، وهم الوكلاء بالعمولة، بضوابط تحكم نشاطهم بصورة صارمة .

أما السوق المركزية الأخرى، فإنها لاتتميزبنفس الصرامة في تطبيق قواعد التنظيم الداخلي للسوق.

غيرأننا نجد في الواقع العملي أن هؤلاءالوكلاء بالعمولة يقفون أمام مجموعة من المنتجين، ومجموعة من موزعي التجزئة متفرقين ليس لهم دراية كافية بأحوال السوق، الأمرالذي جعل الوكلاء بالعمولة يتحكمون في شبكة توزيع الجملة للخضرولفواكه، بالضغط على المنتجين، بتصريف منتجاتهم الى

درجة يكون فيها، العرض بالكاد يكفي الطلب عليه حتى تبقى الأسعار مرتفعة، لكونهم يحصلون على عمولة تفاوضية لا تتعدى 6 ٪ من مجموع المبيعات. كما أنهم يحاولون باستمرار الإبقاء على كميات هامة من السلع بمربعاتهم بحجة أن ثمنها غير معقول، وذلك بغرض الإبقاء على أثمان السلع مرتفعة وهي وسيلة للمضاربة خاصة وأن السلع المتبقية يصعب مراقبتها.

الفصل الثالث

تنظيم توزيع الجملة الأشتراكي للخضر و الفواكه
خلال الفترة : 62-1969

مدخل:

لقد عرفنا أن أي نظام يظهرللوجود، إلا وأن تكون عوامل ومقدمات تساعد على قيامه واستمراره على البقاء ، إلى أن تنتفي فينتفي معها.

وعليه فمن العوامل التي أدت إلى نشاة نظام التوزيع الإشتراكي في الجزائر غداة الإستقلال، ماهو سياسي، و ما هواقتصادي.

فاما العامل السياسي، فيرجع إلى أن الظروف التي كانت عليها الجزائر مباشرة عند الاستقلال من الناحية السياسية، والتي تحدد في غمرتها النهج السياسي والإقتصادي الذي تسير عليه البلاد، يعتبرتجسيدا للمواثيق التي أقرتها ثورة التحريرالشعبية، كبيان أول نوفمبر، ومؤتمرالصومام و ميثاق طرابلس و ميثاق الجزائرفيما بعد ، وغيرها.

وبحكم شعبية هذه الثورة، في شكلها ومضمونها، وبخروجها ظافرة بالإستقلال كان الأمل يحدو الجزائر في اختيارأسلوب نظام إقتصادي ياخذ بابعاد الثورة و يجسد أهدافها على الواقع الإجتماعي، فلم يكن سوى الأخذ بالنظام الأشتراكي، باعتباره النهج المفضل آنذاك والذي يؤدي إلى بناء دولة ذات قاعدة مادية صلبة، تتميز أساسا بالعدالة الإجتماعية .

أما العامل الأقتصا دي، فيعزا إلى رحيل المعمرين، وترك ممتلكاتهم شاغرة، ماأدى بالدولة إلى تاميمها، وبالتالي تحقيق الملكية الإجتماعية لوسائل الإنتاج الأساسية بالنسبة لكافة أوجه النشاط الأقتصادي في الجزائر.

وعند الإستقلال، ظهرالديوان الوطني للتسويق كاول تجربة لتنظيم عملية

الفصل الثالث

تنظيم توزيع الجملة الإشتراكي للخضر والفواكه

خلال الفترة مابين 62-1969

توزيع الجملة لمنتجات وحدات التسيير الذاتي المتولدة عن مزارع المعمرين الذين تركوها بعد رحيلهم. وفي الحقيقة لم يكن الديوان مهيئا بالقدر اللازم من الناحية البشرية والمادية للقيام بهذه المهمة؛ لاسيما في السنة الموالية للإستقلال، حيث ازداد عدد وحدات الإنتاج بسبب تزايد رحيل المعمرين، علاوة علي تكليفه بالتجارة الخارجية لهذه المنتجات؛ وهوما يمثل بذلك تصور أولي في اتجاه تاميم التجارة الداخلية والخارجية.

وعليه وفي إطارنشاة هذا الديوان سنتعرف على ظروف إنشائه وأهدافه، والشكل التنظيمي له الذي يتميز بوجود مجموعتين من الهياكل؛ لكلاهما دور خاص؛ علاقات تربطها فيما بينها، وبينها وبين الأجهزة الأخرى ؛ وذلك سواء على مستوى التسويق الداخلي أوالخارجي. كما واجه هذا الديوان صعوبات جمة في أداء مهمته؛ وسنتطرق لهذه الصعوبات،وأسبابها و الكيفية التي أدت إلى الحد من هذا النشاط ؟

لقد جاء الديوان الوطني للإصلا ح الزراعي ليصحح وضعية التسويق في ظل الديوان الوطني للتسويق؛ تلك الوضعية التي أثرت سلبا على إنتاج إستغلالات التسيير الذاتي؛ ولقد إستمر كل منهما في نشاطه بشكل موازٍ للآخر؛ غير أن الديوان الوطني للإصلاح الزراعي كان ينشط على مستوى التسويق الخارجي. وفي سياق نشاطهما، يدخلان في علاقات فيما بينهما من جهة، وفيمابينهما وبين الأجهزة الأخرى من جهة ثانية؛ لذلك سوف نعالج هذه العلاقات واتجاهاتها المختلفة.

أما في مجال تسيير هذه التعاونيات، نجد أنها صارت تطبق نمط التسيير الذاتي أي بما هو معمول به في تسيير وحدات إنتاج التسيير الذاتي؛ و لكن هل استطاعت فعلا هذه التعاونيات أن تطبق هذا النمط في تسييرها ؟ إذا كان الجواب بنعم، فكيف نفسر إذن مطالبة وحدات إنتاج التسيير الذاتي بإعادة هيكلة الديوان الوطني للإصلاح الزراعي، وتشكيل الإتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية للتسويق، قصد تحسين و ترقية مهمة تسويق منتجاتهم.

وبموجب هذا الإتحاد، استمرت التعاونيات المحليةللتصريف والتعاونيات العمالية للإصلاح الزراعي في نشاطها بنفس التنظيم السابق، لكن بفلسفة جديدة، وتوخي أهداف محددة، من أجل تحقيق متطلبات قطاع الإنتاج الإشتراكي.

ولذلك أصبحت وحدات الإنتاج المسيرة ذاتيا تشارك فعليا في عملية

تسويق منتجاتها.بالرغم من ذلك ،فإن أسعار البيع قد تميزت بإنخفاض، وصارت لا تكافىء حتي تكاليف الإنتاج، علاوة عن ازدياد حجم فروق الفرز المبعدة من التصدير. كل هذا يرجع إلى جملة من الأسباب والتصرفات على مستوى التسيير من المركز؛ ذلك مانبحثه ضمن هذا الفصل.

المبحث الأول

تنظيم الديوان الوطني للتسويق

تقديم :

يعتبرالديوان الوطني للتسويق أول تجربة لتنظيم توزيع الجملة للقطاع الاشتراكي في مجال المنتجات الزراعية بصورة عامة، ومنتجات الخضروالفواكه بصورة خاصة.

وما يعرف عن هذا الديوان أنه لم يكن على استعداد بالقدراللا زم لمواجهة الوضعية التي نشأ من أجلها، وممارسة المهام التي كلف بها؛ من ذلك سنتطرق إلى الظروف التي أدت إلى إنشائه وكيف تطور؛ وما الأهداف التي جاءلخدمتها ؟

وحيث أن الشكل التنظيمي له، يتميز بمجموعتين من الهياكل وهي الفروع الإقليمية والفروع الميناثية، فإن السؤال الذي يمكن طرحه هوما دوركل من هذه الهياكل؟ وما هي العلاقات التي تربطها فيما بينها من جهة، وبينها وبين هياكل التوزيع الأخرى من جهة ثانية، وذلك من خلال تصريف المنتجات، سواء على المستو ى الداخلي، أوالخارجي.

ونذكر أنه، عند ممارسته لنشاطه، قد واجه صعوبات شتى؛ فعلينا أن نبحث عن الأسباب التي أدت إلى الحد من نشاطه، وجعلته يقتصر على جانب محدود من المنتجات دون غيرها؟

غيرأن معرفة النقاط الإيجابية و السلبية لاتاتي إلا من خلال تقييم نشاط الديوان، تلك هي المحاور الأساسية المتعلقة بموضوع المبحث الأول التي سنعالجها في الصفحات الآتية.

إن الظروف التي وجدت عليها الجزائر مباشرة عند الإستقلال، والفراغ الذي ترتب عن الرحيل الجماعي للمعمرين على مستوى االإستغلالات الزراعية التي كانت ملكا لهم، وتركها شاغرة أدى بالدولة إلى تاميمها. الامرالذي نتج عنه قيا م قطاع إنتاج مسير. ذاتيا؛ على غرار ماهو مطبق في النظام الإشتراكي دون سابق تجربة. ذلك ما تطلب الإسراع بإنشاء قطاع مناسب لتسويق الإنتاج، وفق هذا النظام. فقد كان الديوان الوطني للتسويق (ONACO) هو أول تجربة لنظام توزيع إشتراكي بعد الإستقلال.

تاسس الديوان الوطني للتسويق، وفقا للمرسوم رقم 125/62 بتاريخ 1962/12/13 والذي تنص المادة الثانية منه على أنّ الديوان يهدف إلى « تنفيذ وإنجاز جميع العمليات ذات المنفعة الوطنية، والتي لها طابع إقتصادي، وتكون مقررة من قبل الحكومة»؛ ويقع تحت وصاية وزارة التجارة، من حيث الإشراف؛ من ذلك يحتل الوزيرمنصب الرئيس ؛ ويعتمد في تسييره على نصوص مواد المرسوم المؤسسة له.

ونظرا لعدم وجود قواعد تنظيمية لتحديد إجراءات عمليات التوزيع التجاري للخضروالفواكه التابعة للقطاع الإشتراكي، فقد تم إصدار مرسوم تحت رقم 216/63 بتاريخ 1963/06/18 المتمم المرسوم رقم 63-246 المؤرخ في 1963/07/03. مفاده ربط الحلقات الإقتصادية فيما بينها -الإنتاج - التوزيع - الإستهلاك واحتكارالعمليات التجارية فيما يتعلق بالإستيراد والتصدير للمنتجات الزراعية؛ وهوتصورأولي في إتجاه تاميم التجارة الداخلية والخارجية.

ترجع أهمية قيام نظام التوزيع الإشتراكي للخضروالفواكه إلى جملة من الأهداف التي كان يطمح لتحقيقها والتي نذكر منها ما يلي :

أ - إحلال شبكة توزيع قصيرة محل الشبكة الطويلة؛ حيث يصبح هيكل نظام التوزيع العمومي هوالوسيط الوحيد الذي يربط المنتج بتاجرالتجزئة؛ وهوما يسمح بضغط تكاليف التوزيع بإزالة جانب من الهوامش التي كانت تتقاضاها مجموعة من الوسطاء الخواص؛ وبالتالي إستفادة المنتج باسعار مرتفعة واستفادة كذلك المستهلك .

ب - تحسين الإعلام والتنسيق بين مختلف هياكل نظام التوزيع الإشتراكي من خلال مركزية المعلومات المتعلقة بالكميات المعالجة، والأسعار المطبقة؛ مما

يـجنب عمليات النقل غير المفيدة، ويكون فيها عدد الوسطاء محدودا أقصى ما يمكن .

ج - توازن العرض الكلي مع الطلب الكلي عند اتساع الشبكة، لتشمل منتجات القطاع الخاص؛ و يسمح تحليل معطيات السوق مركزيا، ونشرها على مستوى هياكل التوزيع تسمح بتقديم استشارة للمنتجين من أجل وضع مخططاتهم الإنتاجية.

وعلى هذا الأساس، وأملا في تحقيق هذه الأهداف، تاسس الديوان الوطني للتسويق. غيرأن نشاطه كان واساعا؛ فقد كان يشمل جميع منتجات القطاع الإشتراكي المسير ذاتيا. و قد ازداد ثقل كاهله على إثرتعجيل مغادرة المعمرين للجزائر بصورة جماعية خلال السنة التالية للإستقلال، وضمّ أراضيهم الى القطاع الأشتراكي، وتكليفه بمهمة تسويق إنتاجها؛ إذ لم يكن الديوان مهيئا كما ينبغي للقيام بمهمة تصريف جميع منتجات القطاع الفلاحي المسير ذاتيا، من حيث الإمكانيات المادية والبشرية؛ الأمر الذي أدى إلى التقليل من نشاطه، بإنشاءالديوان الوطني للإصلاح الزراعي سنة 1964.

ثانيا : تنظيم هياكل الديوان الوطني للتسويق

لقد مارس الديوان نشاطه التجاري على مختلف المنتجات الزراعية، منذ البداية ، من خلال مجموعة من الهياكل؛ لذلك فإنّ التنظيم الهيكلي، يدعونا إلى تحديد طبيعة الهياكل التي كان يتشكل منها هذا الديوان، وتحديد دورها ووظائفها ومن ثمَ العلاقات فيمابينها.

1 - هياكل الديوان :

يمارس الديوان الوطني للتسويق نشاطه التجاري، سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي من خلال فروعه الإقليمية والفروع الميناثية.

1 . 1 - الفروع الإقليمية : وتقع بالمدن الكبيرة بالمناطق الداخلية للوطن، كالجزائرالعاصمة، تيزي وزو، المدية، البليدة، وهران؛ وهي تقوم :

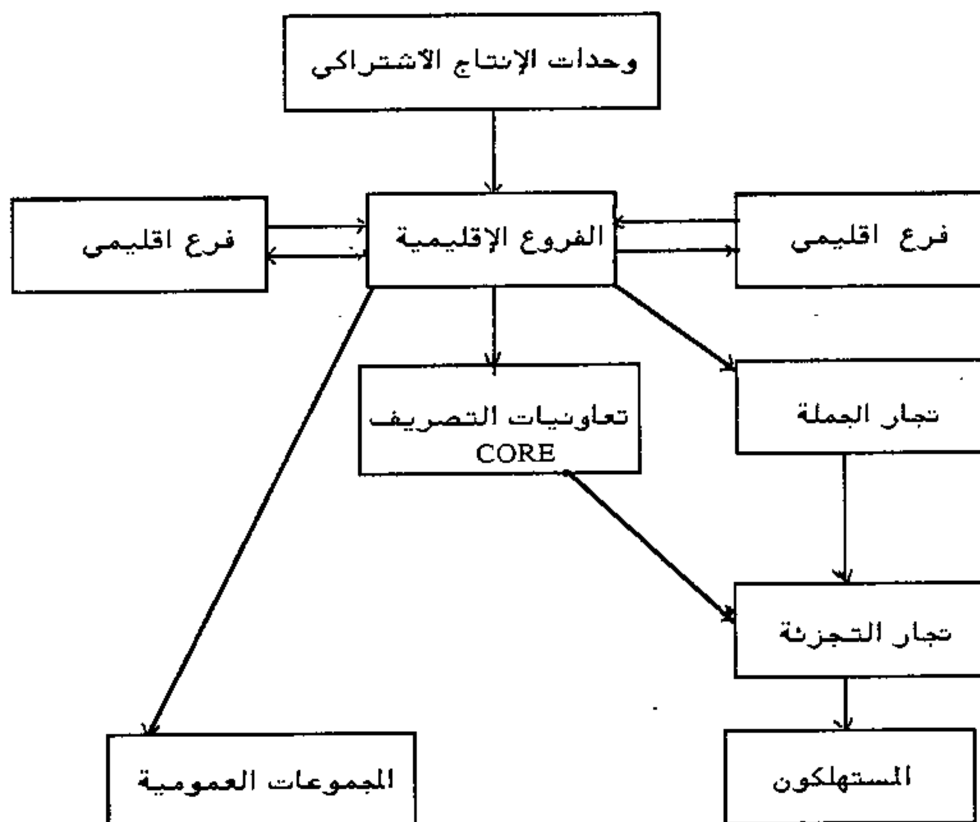
أ - بدور التوزيع الداخلي للإنتاج الوطني : إذ تقوم باستقبال المنتجات االفلاحية من الإستغلالات الزراعية المسيرة ذاتيا، والعمل على تصريفها كما هو مبين في الشكل رقم 6 في إتجاه الجماعات العمومية كالمستشفيات، الجيش،

المدارس، والثانويات ...الخ، وإما أن توجه من أجل تصريفها محليا لدى تجار الجملة، أو إلى تعاونيات التصريف المحلية التي أنشئت خلال سنة 1964.

ب - بدور التوزيع الداخلي للمنتجات المستوردة : حيث تتلقى المنتجات المستوردة من الفروع المنائية، وتعمل على تصريفها بالمناطق الداخلية.

ج - بدور الوسيط : عندما يتعلق الأمر بتصديرالإنتاج الوطني للخارج؛ وهي وساطة تقع بين وحدات قطاع الإنتاج الإشتراكي والفروع الميناثية.

والمخطط التالي يبين حركة السلع بهياكل التوزيع الداخلي للديوان الوطني للتسويق (ONACO)

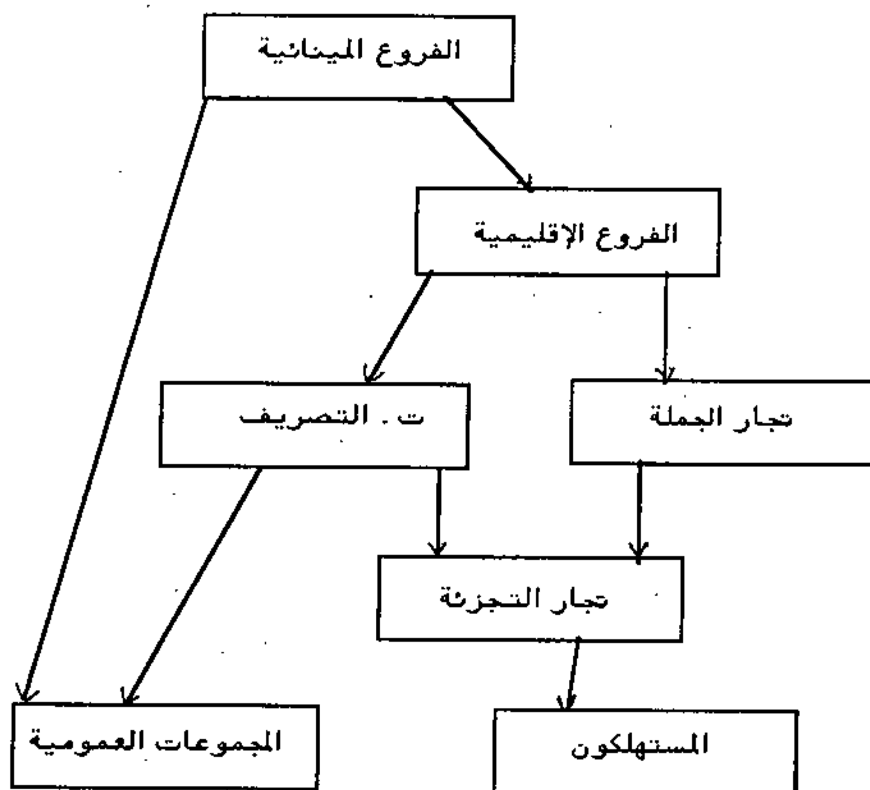


(شكل رقم 6)

1.2 - الفروع الميناثية : وهي هياكل تابعة للديوان؛ تقع بالمدن الميناثية التالية: الجزائر، وهران، مستغانم، سكيكدة، عنابة، بجاية. وينحصر دورها في التسويق الخارجي المتعلق بالاستيراد والتصدير.

أ- في حالة الاستيراد : فإن الفروع الميناثية تعمل على توزيع المنتجات على الفروع الإقليمية التي بدورها تعمل على تصريفها في السوق الداخلية الوطنية، كما هو موضح في مخطط شكل 7. كما تعمل على تصريفها مباشرة على مستوى المجموعات العمومية وذلك وفق المخطط التالي :

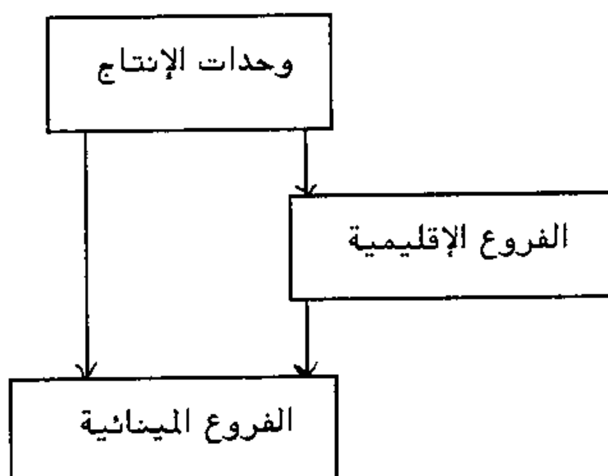
مخطط حركة السلع المستوردة من خلال هياكل التوزيع الخارجي للديوان الوطني للتسويق (ONACO)



(شكل رقم 7)

ب - في حالة التصدير: فإن الفروع الميناثية تتلقى المنتجات مباشرة من الوحدات الإنتاجية بغرض تصديرها؛ وأنها تتلقاها عن طريق الفروع الإقليمية وذلك وفق المخطط التالي :

مخطط حركة السلع المصدرة من خلال هياكل التوزيع الخارجي للديوان الوطني للتسويق.



(شكل 8)

ثالثا : تحليل نشاط الديوان

إن إتساع نشاط الديوان الوطني للتسويق بعد الإستقلال مباشرة، وقيامه بعملية التسويق الداخلي والخارجي لمختلف أنواع المنتجات الزراعية، وإمكانياته المحدودة ثم المراسيم غير المستوفاة التي تديره؛ وأمام تزايد حجم إنتاج القطاع المسير ذاتيا بسبب رحيل المعمرين وتاميم أراضيهم من قبل الدولة، كل ذلك أثقل كاهل الديوان؛ وأصبح لايستجيب لتلبية أهداف ومصالح الأستغلالات الزراعية المسيرة ذاتيا، من خلال إشرافه على تصريف منتجاتها. فاصبح يعمل بصورة مركزية بيروقراطية؛ حيث يتخذ القرارات بشان تحديد

الأسعارمركزيا، أسعار لاتكافىءفي أغلب الأحيان حتي تكلفة الإنتاج، دون الأخذ بعين الأعتبار الضرورات التقنية لقطاع الإنتاج، والذي يتميزبسرعة التاثر بمثل هذه التصرفات. ذلك ما أدى إلي انخفاض في المردودية على مستوى الإنتاج من جهة، وتقليص الكميات المسوقة عن طريق الديوان من جهة أخرى.

فاخذت كميات هامة طريقها نحو القطاع الخاص للتوزيع؛ كما إزدادت كميات االإستهلاك الذاتي على مستوى وحدات الإنتاج المسيرة ذاتيا، علاوة على حجم الإنتاج الذي يتعرض للتلف على حساب وحدات الإنتاج، بسبب بطء وقلة فعالية العملية التسويقية ككل.

غير أن هذه الوضعية لم تدم طويلا، إذ عمدت الدولة لأول مرة إلى تقليص حدود نشاط هذا الديوان، وجعلته ينفرد باحتكارالتجارة الخارجية في الخضر والفواكه، وذلك وفقا للمرسوم المؤرخ في 1963/06/13، الذي تتضمن مادته الأولى «إبتداء من 01 جويلية 1963 يكون استيراد الخضروالفواكه، كيفما كان مصدرها، وطبيعتها، وأيضا تصديرنفس تلك المواد إلى أي إتجاه كان، يعتبر موضوع نشاط الديوان الوطني للتسويق»؛ في حين أن النشاط الداخلي عهد إلى جهازجديد تم استحداثه، سمي «الديوان الوطني للإصلاح الزراعي »(ONRA)، الذي أخذ بيده شيئا فشيئا تسويق المنتجات الأساسية، مثل الحوامض والطماطم، ولاحقا بعد باقي منتجات الخضروالفواكه. ولم يبق للديوان الوطني للتسويق سوى إستيراد وتسويق عدد محدود من المنتجات هي البطاطس، الموزوالتفاح.

وفيما يلي بعض العمليات التوزيعية والتجارية التي إنفرد بها فيما بعد الديوان الوطني للتسويق :

1 - العمليا ت التوزيعية :

فالأمر يتعلق بثلاث منتجات هامة، أصبح يشرف على تنظيم استيرادها.

أ - البطاطس :

يقوم الديوان باستيرادها خلال الأشهرالتي يكون فيها الإنتاج الوطني غير كاف؛ وغالبا ماتكون هذه الفترة مابين سبتمبر وفيفري من كل موسم، إذأنه يتكلف بعملية الشراء من الأسواق الخارجية، خاصة منها الفرنسية، والبلجيكية. وبمجرد وصول هذه السلعة إلى الموانىء الجزائرية، تاخذ طريقها نحو الفروع الإقليمية، كما هو مبين في مخطط حركة السلع المستوردة (شكل رقم 7).

ونلاحظ أنه بالرغم من عدم توفر الديوان على هياكل لتخزين منتوج البطاطس تستجيب لمتطلبات نشاطه، إلا أنه كان يملك مخزونا دائريا على مستوى الفروع المختلفة، الموجودة بالمدن الميناثية يقدر حجمه بأربعة آلاف طنا؛ وهي كمية كانت كافية لمواجهة أي طارىء.

ب - الموز :

حيث كان يتم استيراده بواسطة إتحاد مهني من ساحل العاج، وهو إتحاد مسوقي الموز ؛ الذي يعمل مباشرة مع مجموعة تجارالجملة والتجزئة، تحت إشراف الديوان الوطني للتسويق، الذي يحصل على هامش يقدر ب5 ٪ من إجمالي المبيعات مقابل تدخله (24 -M. Dupuis .1965,p.76).

ج -التفاح :

فيما يتعلق باستيراد هذا المنتوج، لعب الديوان دورالمراقب حيث كان يصادق على العقود المبرمة مع المصدرين الأجانب وتجار الجملة.

ويرى (M.Dupuis) أن وسطاء العبور (Les Transitaires) ، هم الذين يتكفلون بتخزين المنتوج، ونقله إلى تجار الجملة بداخل البلاد.

أما الكميات التي تمكث بالعاصمة، فتوجه على حساب أصحابها إلى مستودعات التبريد المتعددة الخدمات الموجودة ببئر مراد رايس، من أجل حفظها في انتظارتصريفها من هناك.

2 - العمليات التجارية :

ففيما يتعلق بالأسعار التي يبيع بها الديوان منتوج البطاطس مثلا، فإنها تتضمن فقط ثمن الإستيراد، مضافا إليه نفقات النقل والتخزين والتعريفة الجمركية، وغيرها من النفقات التي تترتب عن وصول المنتوج إلي غاية الفروع الإقليمية، علاوة عن هامش الإستفادة المقدر ب 3 ٪ ؛ ذلك ما جعل تغير الأسعار يتناسب و تغيرالنفقات دون مضاربة .

رابعا : تقييم تنظيم الديوان الوطني للتسويق (ONACO) .

إن الظروف الطارئة بعد الأستقلال مباشرة، وما نتج عنها من قيام قطاع إنتاج فلاحي مسير ذاتيا من دون سابق تجربة، تطلبت الإسراع بإنشاء قطاع مناسب لتسويق الإنتاج؛ وهو ماأدى إلى استحداث الديوان الوطني للتسويق

الذي كان يسيره نص المرسوم المتضمن إنشاؤه، والذي كانت مواده غير مستوفاةو مقتضية وتعاني من نقائص.

في حين أن نشاط الديوان الوطني للتسويق كان واسعا، إذ يشمل جميع منتجات القطاع الزراعي المسير ذاتيا. و الذي توسعت رقعته بالرحيل السريع للمعمرين غداة الإستقلال حيث ضمت أراضيهم للقطاع الاشتراكي. فإنه يبدو أنّ الديوان لم يكن مهيّئا كما ينبغي للقيام بالمهام الموكلة إليه لعدم توفره على الإمكانيات المادية والبشرية المناسبة، لم تكن له وسائل التبريد لحفظ المنتجات السريعة التلف، بل ولا حتى وسائل التخزين التي تعتبر حيوية بالنسبة لكل جهاز تسويق؛ كذلك بالنسبة لوسائل النقل، فإنها كانت ضعيفة و غير قادرة على التكفل بمهمتها كما ينبغي، بالإضافة إلى عوامل مادية أخرى.

أما من حيث الإمكانيات البشرية، فإنه نظرا لسرعة عملية إنشاء الديوان، كان من الصعب تعبئة الحد الأدنى من الكفاءات الوطنية المختصة، حتى تضمن سيرا حسنا للديوان. و من ثم عدم التحكم في التسيير و خاصة التنسيق بين الإنتاج الداخلي والإستيراد، نذكر على سبيل المثال «تلف وضياع ألفي طنا من البطاطس المستوردة خلال الموسم 64-1965 نتيجة عدم وجود منافذ لتصريفها، بفعل استمرار الإنتاج» (24- Dupuis 1965 .p.79)

هذا ما جعل الديوان ينحرف ويعمل بصورة مركزية، لاسيما فيما يخص تحديد أسعار بيع منتجات القطاع الزراعي الاشتراكي؛ تلك الأسعار التي كانت لا تغطي حتى تكلفة الإنتاج. و قد أدت هذه الظاهرة إلى تقليص في الكميات المسوقة حتى كادت أن توصل تجربة التسييرالذاتي إلى طريق مسدود.

ولرأب هذا الصدع، أستحدث جهاز جديد، عهد إليه نشاط التوزيع الداخلي لإنتاج القطاع الإشتراكي، إبتداءا من شهرمارس من سنة 1963.

و قد بدأ هذا الجهاز ينافس الديوان الوطني للتسويق، ليس فقط على مستوى التسويق الداخلي، بل كذلك على مستوى التسويق الخارجي؛ الامرالذ ي جعل هذا الأخير يقتصر فقط على استيراد بعض المنتوجات الزراعية كالبطاطس والموز والتفاح؛ حيث أصبح الديوان يتحكم في العمليات التوزيعية والتجارية لهذه المنتجات الثلاثة. فبالنسبة للعمليات التوزيعية، نجد أنه بالرغم من عدم توفره على هياكل لتخزين منتوج البطاطس، إلا أنه أصبح يملك مخزونا دائريا (احتياطيا)، يرى (Dupuis) أنه كان كافيا لمواجهة أي طارىء.

أما من حيث العمليات التجارية، فإن الأسعار التي صار يباع بها منتوج البطاطس مكافئة للنفقات المترتبة عن إستيرادها وتوزيعها بالداخل، علاوة على هامش الإستفادة الذي يحصل عليه الديوان والمقدر ب 3 ٪ ؛ وأن تغير الأسعار هنا يتناسب فقط مع تغير النفقات دون مضاربة فيها.

المبحث الثاني

تنظيم الديوان الوطني للإصلاح الزراعي

تقديم :

إن" الديوان الوطني للإصلاح الزراعي "جاء ليصحح أوضاعا كانت سائدة في ظل "الديوان الوطني للتسويق" بحيث أثرت على إنتاج إستغلالات التسيير الذاتي؛ فما هي ظروف وأهداف إنشائه ؟

لقد تميز تنظيمه، بوجود هياكل متكاملة فيما بينها؛ تعتمد في نشاطها على التخصص وتقسيم العمل. حيث تختص التعاونيات المحلية للتصريف بالتوزيع الداخلي لمنتجات الخضروالفواكه، في حين تتكفل التعاونيات العمالية للإصلاح الزراعي بنشاط التوزيع الخارجي. وفي سياق نشاط هذين النوعين من التعاونيات، فإن علاقات تنشأفيما بينهما من جهة، وبينهما والأجهزة الأخرى من جهة ثانية؛ فما هي هذه العلاقات ؟ وماهي إتجاهاتها؟ و ما أهمية تدفقاتها السلعية ؟

أمافي مجال تسيير هذه التعاونيات، فنجد أنها إتبعت طريقة التسيير الذاتي، عملا بنمط إدارة إستغلالات القطاع الإشتراكي.حيث نجد من الناحية النظرية أن هناك توافق في التسيير على مستوى الإنتاج والتوزيع؛ أما من الناحية العملية فإنّ هذا التوافق قد حدث فعلا، غير أنه لم يعمّر طويلا ؛ فما مرد ذلك ؟ وكيف أصبح تسييرالديوان الوطني للإصلاح الزراعي، وكيف إستمر هذا التسيير ؟

سنحاول الإجابة عن هذه الأسئلة من خلال ما سنتطرق إليه في هذا المبحث .

أولا : نشأة، أهداف، وتطور الديوان الوطني للإصلاح الزراعي

إن الظروف التي أدت إلى إنشاء الديوان الوطني للإصلاح الزراعي كانت إستجابة لتصحيح أوضاع التسويق، نظرا لما آلت إليه حالة الإنتاج الزراعي

للإستغلالات المسيرة ذاتيا في ظل نشاط الديوان الوطني للتسويق خلال أربعة أشهر.

ولقد أنشيء الديوان الوطني للإصلاح الزراعي بموجب المرسوم رقم 90/63 بتاريخ 1963/03/18، و «يعتبر مؤسسة وصاية على وحدات التسيير الفلاحي؛ فهو يرشد ويوجه سياسة تسويق القطاع المسير ذاتيا » (24 - M. Dupuis 1965.p.81).

حيث تشير المادة الأولي منه إلى إعتباره مؤسسة عمومية تتمتع بالشخصية المدنية والإستقلال المالي.

أما المادة الثانية، فهي تشير إلى أن له مهمة عامة، تتمثل في تحقيق برنامج الإصلاح الزراعي للحكومة.

في حين تنص المادة الثالثة على أنه يتكفل بتنظيم تسيير المزارع التي تركها المعمرون؛ من ذلك، فهو الذي يضمن تزويد الوحدات الإنتاجية بوسائل الإنتاج الضرورية لنشاطها؛ كما يقوم بوظيفتي المراقبة والتسيير من خلال عمليات التموين وتقديم القروض.

يقع الديوان الوطني للإصلاح الزراعي تحت وصاية وزارة الفلاحة والإصلاح الزراعي. والملاحظ أن هذا الديوان لم يستكمل هياكله الأساسية إلا خلال سنة 1964، سواء منها المتعلقة بالتسويق الداخلي أو الخارجي من خلال نشاط التعاونيات العمالية للإصلاح الزراعي والتعاونيات المحلية للتصريف، «وهي تعاونيات يتميز تسييرها الداخلي بكونه منقولا بصورة حرفية عن نظام التسيير الذاتي، حسب أجهزة التسيير التالية : الجمعية ، مجلس العمال، لجنة التسيير، المدير». (25.C.N.R.S 1963 .p.801) .

لقد استمرت هذه التعاونيات في نشاطها بعد إحلال الإتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية للتسويق (UNCAC) محل الديوان الوطني للإصلاح الزراعي، حتى سنة 1969 .

ثانيا : بنية تنظيم الديوان الوطني للإصلاح الزراعي (ONRA)

إن الديوان الوطني للإصلاح الزراعي الذي أنشيء سنة 1963، لم يستكمل تشكيل هياكله إلا سنة 1964؛ من ذلك أصبح ينافس الديوان الوطني للتسويق، ليس في مجال التصدير فحسب ، بل كذلك في مجال الاستيراد، ومنذ ذلك الحين بدأ يحل محله، إلى درجة تكاد أن تكون شبه كاملة خلال سنة 1965. وقد تم ذلك

بفضل هيكلين متخصصين و متكاملين، أحدهما يتكلف بالتجارة الداخلية، والأخربالتجارة الخارجية، وهما على التوالي، التعاونيات المحلية للتصريف، والتعاونيات العمالية للإصلاح الزراعي.

وفي معرض نشاطهما، فإنهما يتعاملان مباشرة مع وحدات الإنتاج الزراعي للقطاع الأشتراكي؛ وهذه الأخيرة تنخرط بأحد النوعين من التعاونيات بصورة إلزامية.

أما الجهازالإداري الذي يتكون منه الديوان ويشرف على نشاط الهياكل المختلفة التابعة له، فهو يتكون من أربعة أقسام :

- قسم خاص بالتجارة الداخلية، - قسم خاص بالتجارة الخارجية، - قسم خاص بالخمور، -وآخر خاص بالمتنوعات.

غير أنه في مجال دراستنا، سوف نهتم فقط بهياكل التوزيع المتعلقة بالتجارة الداخلية وتلك المتعلقة بالتجارة الخارجية.

1 - التعاونيات المحلية (C0RE) :

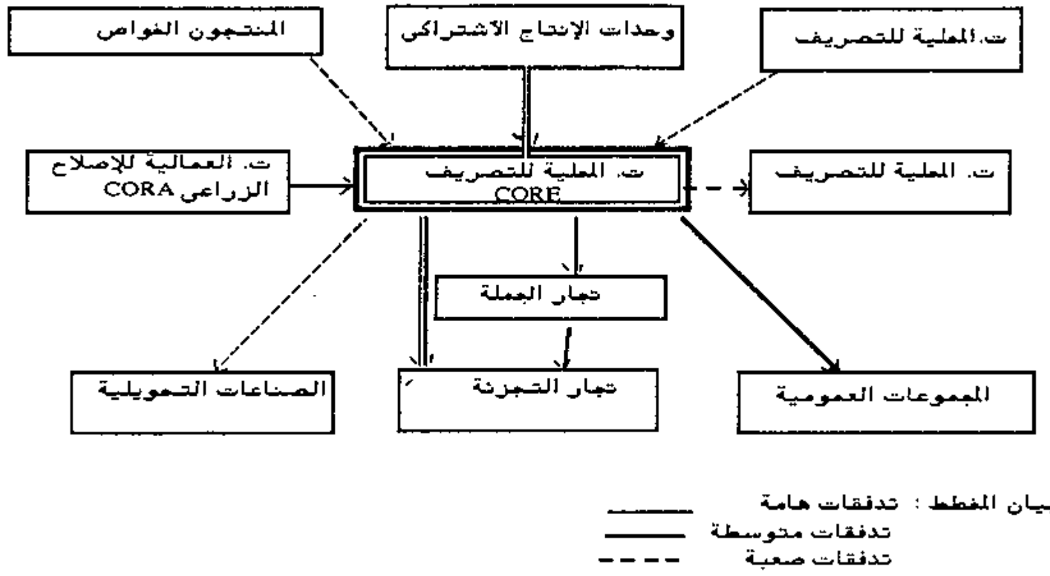
يرجع تاريخ إنشاءالتعاونيات المحلية للتصريف إلى سنة 1964؛ وقد تم إنشاؤها بمربعات الأسواق المركزية للجملة التي تركها الوكلاءبالعمولة المعمرون على إثررحيلهم من الجزائر، والتي كانت منتشرة عبرالتراب الوطني، والتي انخرطت بها مزارع القطاع الفلاحي المسيرة ذاتيا بهدف تصريف منتجاتها على مستوى السوق الداخلية.

تمارس التعاونيات المحلية للتصريف نشاطها تحت وصاية الد يوان الوطني للإصلاح الزراعي. يقع بعضها بالمناطق الوافرة الإنتاج، حيث يتجمع لديها إنتاج أعضائها الأساسيين من القطاع المسير ذاتيا، أومن الاعضاء الثانويين من القطاع الخاص، وذلك قصد تصريفه وبيعه على المستوى المحلي.

أماالبعض الأخر من التعاونيات، فينتشر بالمناطق الفقيرة في الإنتاج؛ لذا فهي تتمون من طرف الأولى قصد تلبية احتياجات المنطقة الموجودة بها من الخضروالفواكه.

وفيما يخص انخراط القطاع الخاص بهذه التعاونيات، فالتجربة قد بينت أنه نادرا مايحدث ذلك، وهذا بالنظرإلى المساهمة الضعيفة التي يشارك بها ذلك القطاع في نشاط التعاونيات المقدر بـ 4,1 ٪ مقارنة بمساهمة القطاع الاشتراكي المقدر بـ 86,6 ٪ (19-A.Sarni .1984 , p.94).

والمخطط التالي يبين حركة السلع من خلال التعاونيات المحلية للتصريف في السوق الداخلية.



(شكل رقم 9)

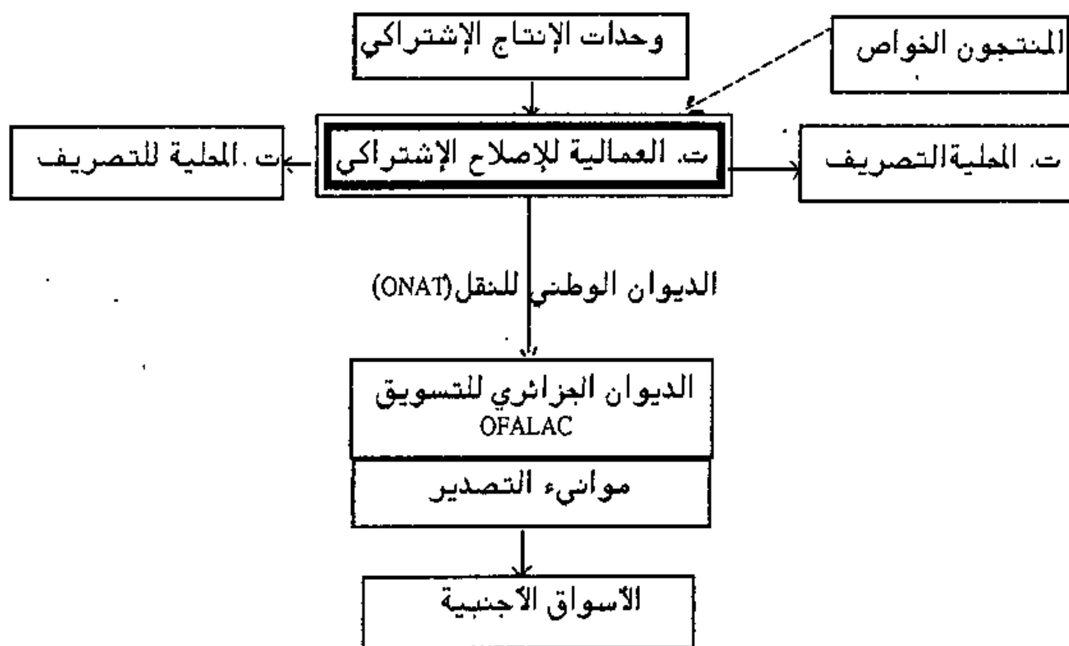
2 - التعاونيات العمالية للإصلاح الزراعي (CORA) :

لقد أكمل الديوان الوطني للإصلاح الزراعي إنشاء التعاونيات العمالية للإصلاح الزراعي سنة 1964 ، وذلك على أنقاض محطات التكييف التي كان يملكها المعمرون الاجانب قبل الأستقلال، والتي أصبحت شاغرة بعد رحيلهم، فاوكلت لها مهام العمليات التوزيعية المتعلقة بجمع وتكييف وتهيئة منتجات قطاع الإنتاج الأشتراكي، قصد تصديرها من قبل الديوان الوطني للإصلاح الزراعي، الذي إزداد دوره من خلال الوظيفة المزدوجة التي تقوم بها هذه التعاونيات.

فاما الوظيفة الأولى فتتعلق بالجانب التقني، وتخص ضمان عمليات الفرز، والتكييف والتعبئة وغيرها من العمليات الخاصة بحفظ منتجات الخضر والفواكه في حالة سليمة بالمراكزالتابعة للتعاوينات العمالية، وهي عمليات تعتبرهامة وأساسية، نظرا لما تقتضيه الخواص الطبيعية لهذه المنتجات، ولا سيما منها المعدة للتصدير.

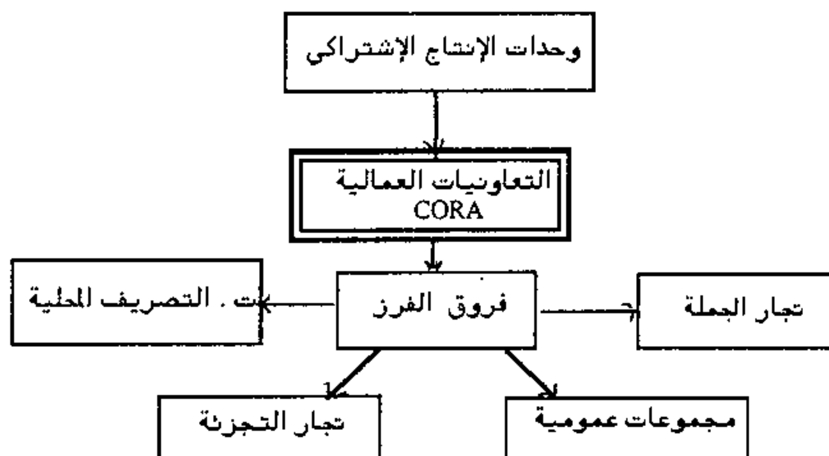
أما الوظيفة الثانية، فتتعلق بجانب العمليات التسويقية الخاصة بتصريف «فروق الفرز» الناتجة عن عملية فرز المنتجات المعدة للتصدير؛ وهي كميات هامة، حيث توجه إلى التعاونيات المحلية للتصريف بغرض تصريفها بالأسواق المحلية، أو أن توجه إلى تجار التجزئة، أو تأخذ طريقها نحو المصدرين الخواص، ليعملوا على تصديرها بطرقهم الخاصة.

والمخطط التالي يبين حركة السلع عبر التعاونيات العمالية للإصلاح الزراعي في اتجاه الأسواق الأجنبية



(شكل رقم 10)

أما المخطط التالي فيبين حركة السلع عبر التعاوينات العمالية
في اتجاه الأسواق الدالخلية



(شكل رقم 11)

وتجدر الإشارة إلى أن الإستغلالات المسيرة ذاتيا، عادة هي التي تنقل إنتاجها الموجه للتصدير إلى التعاونيات العمالية حيث يتم فرزه وتعبئته وحتى حفظه. وعندما يصبح مهيئا للتصدير، يكلف الديوان الوطني للنقل بنقله نحو موانيء الشحن، مقابل ثمن جزافي حسب الوزن. وهناك تخضع البضائع لمراقبة من قبل الديوان الجزائري للتسويق (OFALAC) الذي يقرربعد الفحص فيما إذا كانت تلك البضائع موافقة للمعايير القانونية للتصدير، فيسمح لها بمغادرة الميناء؛ وفي حالة ثبوت نقائص، يمنع تصديرها، حيث يعاد تصريفها بالأسواق الداخلية.

كما نلاحظ فإن هذه التعاونيات تشكل المصدر الأساسي للمنتجات التي يتم تصديرها من طرف الديوان الوطني للإصلاح الزراعي ، والديوان الوطني للتسويق.

و بمجرد وصول المنتجات الجزائرية الموانىء الأجنبية ، عادة ما يتكلف بعمليات بيعها بالأسواق الأجنبية سماسرة نظير عمولة تقدر بـ 4٪ من إجمالي المبيعات.

غير أن الديوان الوطني للإصلاح الزراعي، قد عمل بصورة تدريجية على إنشاء شبكة تسويق خارجية «ففي بداية سنة 1965 استحدث بفرنسا "52 " وكيلا (Commissionnaires) و"3" رؤساء فروع (Chefs d'Antennes) ومنسق(Coordinateur) » (24.M . Dupuis1965.P 57) ، وذلك قصد التعريف بالمنتجات الجزائرية وتنمية صادراتها من جهة، واستيراد المنتجات من أجل تموين السوق الداخلية من جهة أخرى.

ثالثا: تحليل نشاط الديوان الوطني للإصلاح الزراعي

إن التطرق لمعالجة نشاط الديوان الوطني للإصلاح الزراعي يدعونا إلى تناول الموضوع من جانبين : الجانب الأول، ويتعلق بالتسويق الداخلي ، والثاني بالتسويق الخارجي للخضر و الفواكه .

1 - تحليل جانب التسويق الداخلي :

نشير في البداية إلى أن هناك جانبا هاما من هذا النشاط تقوم به التعاونيات المحلية للتصريف (CORE)، المنتشرة عبرالوطن؛ غير أن النقص في المعطيات الإحصائية، فيما يخص نشاط هذه التعلونيات لايسمح لنا بتحديد مؤشرات التطور من خلال حجم الكميات المسوقة واتجاهاتها، خاصة خلال مرحلة وصاية الديوان الوطني للإصلاح الزراعي؛ لذلك نكتفي بعرض نشاط هذه التعاونيات، من خلال علاقاتها المباشرة مع وحدات الإنتاج الموردة لها عند المنبع ووحدات التسويق العمومية أوالخاصة التي تقوم هي نفسها بتموينها عند المصب. من خلال مخطط حركة السلع (شكل9) نجد أن التعاونيات المحلية للتصريف تستقبل المنتجات من أربع جهات على مستوى المنبع و هي :

- القطاع الاشتراكي : ويعتبر أهم مورد للتعاونيات على الإطلاق بمنتجات الخضر والفواكه بغرض تصريفها.
- التعاونيات العمالية للإصلاح الزراعي : وتعتبر ثاني مورد لها، وهي ناتجة عن فروق الفرز من المنتجات الغير قابلة للتصدير، وتعتبر كميات متوسطة مقارنة بالواردات من القطاع الاشتراكي.

- التعاونيات المحلية للتصريف الأخرى : فالكميات الواردة من التعاونيات المحلية للتصريف الأخرى، تكون بهدف نقل الإنتاج من المناطق التي يوجد بها فائض إلى تلك التي بها عجز، أو بغرض الحصول على تشكيلة متكاملة من منتجات الخضر و الفواكه .
- القطاع الخاص : وتحصل التعاونيات المحلية للتصريف على كميات قليلة من هذا القطاع؛ فهو تدفق ضعيف بالمقارنة مع باقي التدفقات .

أما منافذ توزيع التعاونيات المحلية للتصريف على مستوى المصب، فنجد هناك خمس منافذ :

. تجار التجزئة : وتعتبر أكبر فئة تتمون من هذه التعاونيات؛ لذا فالتدفق نحوها هام .
. تجار الجملة : يتمونون بتدفق متوسط .
. المجموعا ت العمومية : هي الأخرى تتمون بتدفق متوسط .
. الصناعات التحويلية : حيث تتمون بتدفق ضعيف .
. التعاونيات المحلية للتصريف : حيث أنها تتبادل فيما بينها المنتجات وذلك بتدفق ضعيف ؛ ومقابل الخدمات التي تقوم بها فإنها تقتطع عمولة تتراوح مابين 6٪ و 8٪ من إجمالي المبيعات ؛ وتتوقف هذه النسبة حسب طبيعة ونوع المنتوج الذي يدخل ضمن نشاط التعاونية.

فيما يتعلق بنظام تسييرهذه التعاوينات، فإن ذلك كان ماخوذا من نظام التسيير الذاتي للإستغلالات الزراعية حيث تسيره أربعة أجهزة هي :
- الجمعية العامة، - لجنة التسيير، - مجلس الإدارة، - المدير.

أما من جانب التسيير المالي ، فالشيء الملاحظ عن التعاونيات المحلية للتصريف كونها تعاني من عجز مالي؛ إذ أنها لاتستطيع أن تقدم ثمن الشراء فورا بمجرد تلقيها منتجات القطاع الإشتراكي؛ الأمرالذي جعل وحدات الإنتاج الإشتراكي تعتمد في تمويلها لمواجهة تكاليف الموسم الزراعي على التسبيقات التي يقدمها لها الديوان الوطني للإصلاح الزراعي، الذي بدوره، وعند دخول كل موسم زراعي، يطلب من البنك المركزي قرضا لهذا الغرض .

وعليه نجد أنه عند بيع هذه المنتجات ، فإن مبالغ ثمن البيع ترجع إلى البنك المركزي قصد تسديد القروض التي قد منحت لوحدات الإنتاج الإشتراكي عن طريق الديوان؛ وهو ماجعل وحدات الإنتاج تعتبر التعاونيات مراكز نفوذ تجبرها على تقديم منتجاتها أكثر مما هي تخدمتها؛ الأمر الذي أثر سلبا على

وحدات الإنتاج. فقد أصبحت هذه الإستغلالات تبحث عن منافذ أخرى لتصريف إنتاجها؛ فعمدت على شبكة التوزيع الموازية.

كذلك نجد منتجي القطاع الخاص لايرغبون في تصريف منتجاتهم عن طريق التعاونيات لكون هذه الأخيرة لا تدفع ثمن منتجاتهم فورا، إضافة إلى كونها منخفضة . هذا ماجعلهم يلجؤون إلى المفاوضين الخواص، الذين يقدمون إمتيازات مغرية، حيث يدفعون الثمن فورا، ثم أنهم يقدمون لهم قروضا لشراء مستلزماتهم من البذوروالأسمدة وغيرها. هذا ما جعل القطاع الخاص يستحوذ على تصريف الثلثين من إجمالي المنتجات المسوقة من الخضر والفواكه بالسوق الداخلية.

2 - تحليل جانب التسويق الخارجي :

إن النقص في المعطيات حول الصادرات من الخضروالفواكه، بل وحتي توفرت، فإنه نظرا لقصر فترة وجود الديوان الوطني للإصلاح الزراعي من 1964 إلى 1966، فإن ذلك لايسمح لنا باستخلاص نتائج وافية؛ لهذا، سنعتمد في تحليلنا على المعطيات المتعلقة بتسييرنشاط التصدير للديوان من خلال التعاونيات العمالية للإصلاح الزراعي، والتي بلغ عددها سنة 1965 ثلاثون تعاونية، تضم حوالي مائة وحدة تكييف (Conditionnement)، تعمل على معالجة إنتاج القطاع الإشتراكي الموجه للتصدير.

إن تسليم الإنتاج لايتم على أساس عقود، من شأنها أن تضمن للمنتجين سعرا مجزيا (مكافئا) ، بل أنه غالبا مايقوم على حسابهم؛ إذ أن الأسعار المقترحة قد لاتغطي أحيانا حتى سعر تكلفة الإنتاج؛ بل الأكثرمن ذلك ، فإننا نجد المنتجين يجهلون الأسعارالتي ستباع بها منتجاتهم من قبل الديوان الوطني للإصلاح الزراعي أو الديوان الوطني للتسويق ، ولا يدركونها إلا بعد عملية البيع؛ وعلى إثربيع تلك المنتجات المصدرة، فإنه يخصم من مقدارمبيعاتها نفقات النقل، العبور، وعمولة الديوان الوطني للإصلاح الزراعي المقدرة ب 3 ٪، أو عمولة الديوان الوطني للتسويق المقدرة ب 2 ٪ وعمولة وكلاء الأسواق الأجنبية 4٪ ؛ أما الباقي فيحول إلى حسابات وحدات التسيير الذاتي المفتوحة لدى مراكز تعاونيات الإصلاح الزراعي (CCRA)؛ وهذه الأخيرة تعمل على إقتطاع مبالغ التسبيقات التي قدمها لها الديوان عند بداية الموسم، بغرض مواجهة نفقات العمليات الزراعية خلال الموسم الفلاحي ؛ علاوة عن إقتطاع الضرائب، والرسوم،

وأموال الإستثمار؛ وما تبقي يرجع إلى الإستغلالات الزراعية المسيرة ذاتيا.

وتشيروثيقة الديوان الجزائري للتسويق (OFALAC) إلى أنه «خلال الموسم 64-1965 فإن القطاع المسيرذاتيا الذي كان مطالبا بإنتاج 80٪ من الصادرات الإجمالية للخضروالفواكه، فإنه لم يسوق عن طريق القطاع الحكومي سوى 56,3٪ بالنسبة للخضر، و73,4 ٪ بالنسبة للفواكه» (26 - OFALAC Fevrier 1965) ؛ وهذا مايدل على أن هناك جانبا كبيرا من منتجات القطاع الإشتراكي تذهب عبرقناة التوزيع الخاصة قصد تصريفها.

كما نجد أيضا أن التعاونيات العمالية تحاول، هي الآخرى تجنب الهياكل العمومية للتوزيع؛ وفي هذا المجال يرى الأستاذ عبد المجيد بوزيدي أنه «فيما بين 10 أفريل و10 جوان 1964، حوالي 468 عقد بيع في الحقل (Vente Sur Pied) تم بواسطة التعاونية العمالية مع المفاوضين المصدرين الخواص»
.(27 - A . Bouzidi 1977.p9)

إن هذه الطريقة تجعل التعاونيات تستفيد ب 2٪ من مبلغ عقد البيع بمجرد إمضاء ذلك العقد، مع ملاحظة عدم تحمل أي مسؤولية تجاه وحدات الإنتاج الإشتراكي، في حالة تعرض المحاصيل -المتضمنة في العقد - إلى التلف والضياع بدافع العوامل الجوية.

كما تجدرالإشارة أيضا إلى أن الديوان الجزائري للتسويق (OFALAC) لايسمح بتصدير منتجات القطاع المسير ذاتيا سوى منها الممتازة (EXTRA)، ويرفض المنتجات المصنفة باختيار أول (1er Choix) التي تتكلف بتصديرها التعاونيات، فيعاد بيع هذه المنتجات إلى المصدرين الخواص، حيث يعيدون تصديرها نحو فرنسا؛ وهذا بعد أن كانوا قد إشتروها بأسعارالتصدير، بالرغم من أن الديوان الجزائري للتسويق هوالذي يشرف على مراقبة تصدير منتجات القطاع الخاص. وهنا يجد منتجوا القطاع الإشتراكي أنفسهم متضررين على مستوى التصدير أيضا.

رابعا : تقييم تنظيم الديوان الوطني للإصلاح الزراعي

إن النجاح الذي عرفه الديوان الوطني للإصلاح الزراعي، عند بداية نشأته في مجال نشاط التوزيع، وما أدى إليه من زيادة في استقطابه لعدد أكبرمن الموردين له، جعله ينافس الديوان الوطني للتسويق، بل وحتى قطاع التوزيع الخاص؛ غير أن هذه الوضعية لم تعمرطويلا؛ إذ بعد سنتين من إنشاء التعاونيات

المحلية للتصريف التي كانت تشتغل بطريقة لا مركزية، أصبح هذا الديوان بحكم وصايته عليها، يسيطرعلى نشاطها؛ مما أضفي على تسييرها طابعا مركزيا من خلال قراراته في فرض أسعار تعتبرغير مجزية على منتجات إستغلالات التسيير الذاتي، ومن خلال سلسلة الإقتطاعات التي تبين ثقل العبء الذي تتحمله هذه الإستغلالات بمناسبة تصدير إنتاجها.

وكمايذكر الأستاذ جيلالي بن عمران فيما يخص التسيير الذي أصبحت تسيربه كل من تعاونيات التصريف والتعاونيات العمالية : «فهي مؤسسات بيروقراطية، فالتسييرالذاتي فيها على مستوى مجلس الإدارة مستترغير عملي في أغلب الحالات، ولا يتحدث سوى عن هذه التعاونيات والإشارة إلى تلك العمولات الكبيرة التي يقتطعها لمواجهة نفقات تشغيل التعاونيات نفسها» ويضيف أيضا إلى أن : «هذه التعاونيات تبيع دائما الإنتاج الموكل لها، بأسعار أقل بكثيرمن تلك التي يبيع بها القطاع الخاص» (28- D. Benamrane1980.p129).

ونلاحظ أن وحدات التسييرالذاتي لم تستطع فعل أي شيء في هذا المجال، لأن تجميع المنتجات يكون مختلطا بالنسبة لكل الوحدات التي قامت بتسليمه دون إمكانية تميزمنتجات وحدة إنتاج عن الأخرى، وأن البيع يتم وفق أسعار متوسطة لكافة المنتجات دون الأخذ بعين الإعتبار كل تصنيف على حدة؛ كما أنه ليس لوحدات الإنتاج أدنى وسيلة لإمكانية المراقبة أوالطعن.

ومن نتائج ذلك أن أعطت السلطة السياسية للتعاونيات الإنتاجية لقدماء المجاهدين (CAPAM) خلال سنة 1966 حرية تسويق منتجاتها، و لم تعد مجبرة على تسليمها إلى النظام التعاوني.

لقد تميزالديوان الوطني للإصلاح الزراعي بسيطرته على نشاط التعاونيات التابعة له، وإضفاءالطابع المركزي على تسييرها؛ في حين أن مهمته كانت تتمثل في إرساء واحترام أسس وقواعد التنظيم التعاوني، من أجل ضمان تسييرها من قبل أعضائها الذين هم منتجون أيضا.

وهكذا نجد من الناحية العملية، أن هذا الديوان قد خرج عن الأهداف التي وجد من أجلها، مما جعل المنتجين يشعرون بأنهم بعيدين عن وظيفة تسويق منتجاتهم؛ وهي نفس الصعوبات التي واجهتها التعاونيات العمالية للإصلاح الزراعي في مجال نشاطها، مما إنعكس سلبيا على مستوى الإنتاج، وهوما حدا بهذه التعاونيات إلى مطالبة السلطات السياسية بتشكيلها في إطار إتحاد تعاوني وطني يشارك في تسييره المنتجون المنخرطون فيه؛ وهو ماحدث إبتداء من منتصف الموسم الزراعي 1966.

المبحث الثالث

تنظيم الإتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية للتسويق (UNCAC)

تقديم :

أنشيء الإتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية للتسويق بدعوة من منتجي القطاع الإشتراكي بمطالبة الوزارة الوصية بإعادة هيكلة الديوان الوطني للإصلاح الزراعي الذي أصبح لايستجيب لمتطلبات الإنتاج لديها.

وبموجب هذا الإتحاد، استمرت تعاونيات التسويق الداخلي والخارجي في نشاطها تحت وصاية الإتحاد؛ لكن بفلسفة جديدة وتوخي أهداف معينة، في إطار تنظيم هيكلي جديد، من شأنه يضمن تحقيق متطلبات قطاع الإنتاج الإشتراكي.

من ذلك أصبحت وحدات إنتاج التسييرالذاتي، تشارك فعليا في عملية تسويق منتجاتها، من خلال مندوبين لها لدى مؤسسات الإتحاد التعاوني، سواء على مستوى التسويق الداخلي أوالخارجي. بالرغم من ذلك ، فإن أسعارالبيع قد تميزت بالإنخفاض، وصارت لا تكافىء حتى تكاليف الإنتاج، علاوة عن ازدياد حجم فروق الفرز المبعدة عن التصدير، وتوجيهها نحوالسوق الداخلية بقصد التصريف، وماقد تتعرض له من تلف وضياع أثناء النقل.

وسنتطرق فيما يلي لنشاط الإتحاد وتطوره .

أولا : نشأته، أهدافه وتطوره

نشأ هذا الإتحاد على إثر إعادة النظرفي تنظيم الديوان الوطني للإصلاح الزراعي، لما أصبح يضفيه من مركزية على تسيير التعاونيات انعكست سلبيا على قطاع الإنتاج المسير ذاتيا؛ وهو مادعا المنتجون إلى مطالبة الوزارة الوصية بإعادة هيكلة تنظيم تسويق الديوان الذي أصبح لايستجيب لمتطلبات

الإنتاج فحسب بل ويعرقله؛ وعليه فقد تم إنشاء الإتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية للتسويق (UNCAC) بقرارمن وزارة الفلاحة والإصلاح الزراعي بتاريخ 1966/05/09، وإثر ذلك وضع حد لنشاط الديوان الوطني للإصلاح الزراعي في 1966/06/09 .

وبموجب هذا الإتحاد، استمرت كل من التعاونيات المحلية للتصريف (CORE) والتعاونيات العمالية لإصلاح الزراعي (CORA) في نشاطها، حيث تواجدت على المستوى الجهوي في شكل إتحاد تعاونيات ولائية للخدمات (UCDS) وعلى المستوى الوطني في شكل إتحاد وطني للتعاونيات الفلاحية للتسويق (UNCAC) . واعتبار هذا الإتحاد هيئة وصاية عليا لنظام التسويق التعاوني، والتي تحددت أهدافها حسب مايرى الأستاذ عبد المجيد بوزيدى بانها تعمل من أجل : « وضع وتحقيق برامج للتسويق على مستوى الأسواق الخارجية، وتنسيق و دفع النشاطات التسويقية للتعاونيات على مستوى السوق الداخلية »
(27 - A.Bouzidi 1977.p14)

على أن تسويق منتجات الحوامض والخضروالخمور، صاريتم من قبل هذا الإتحاد ابتداءا من جوان1967 .

وكما يرى الأستاذ جيلالي بن عمران « أن إصلاح 1966، كا ن يهدف إلى مد مبدأ التسييرالذاتي إلى نشاط التسويق، وضمان تمثيل حقيقي للإستغلالات المسيرة ذاتيا، على مستوى إدارة هذه المؤسسات »(28- D. Benamrane 1980 .p.129)
وبفضل إرساء قواعد النظام التعاوني من خلال التنظيم الجديد لهياكل تسويق الاتحاد، أصبح من الأهداف العاجلة له :

- العمل على جعل المنتجين مسؤولين فعلا، عن تسويق منتجاتهم .
- العمل على تزويد المنتجين بالوسائل المادية، والبشرية، من أجل ضمان التحكم في نشاط التسويق .

وعليه فإن تنظيم الإتحاد الجديد هذا، كان من المفروض أن يعطى دفعة أخرى في مجال تجسيد تمثيل المنتجين، من خلال مشاركتهم الحقيقية في اتخاذ القرارات المتعلقة بتسويق منتجاتهم، باعتبارهم أعضاء أساسيون في النظام التعا وني؛ إلا أنه ظهرت أساليب بيروقراطية ومركزية في مجال تسييرالنظام التعاوني؛ مما أدى إلى عدم تحقيق أهداف هذا الإصلاح، والعودة إلى نظام الدواوين من جديد؛ وهو ما انجر عنه إنشاء الديوان الجزائري للخضروالفواكه سنة 1969.

ثانيا : بنية تنظيم الاتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية للتسويق

يرجع تاريخ بداية تنظيم هياكل الإتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية للتسويق إلى سنة 1966 بإنشاء هياكل جهوية هي« إتحادات التعاونيات الولائية للخدمات »، وهو تجمع يضم كلا من التعاونيات المحلية للتصريف والتعاونيات العمالية للإصلاح الزراعي الموجودة بدائرته الجغرافية والتي كانت تحت وصاية الديوان الوطني للإصلاح الزراعي.

وقد بلغ عندئذ عدد التعاونيات المحلية للتصريف "42" تعاونية، موزعة على التراب الوطني؛ هدفها طبعا تصريف منتجات أعضائها بالسوق الداخلية.

أما التعاونيات العمالية للإصلاح الزراعي، فقد تجمعت في "07" إتحادات تضم "102" محطة للتكييف موزعة على التراب الوطني حسب الجدول التالي :

	الجزائر	الأصنام الشلف حاليا	وهران	تلمسان	عنابة	قسنطينة	بجاية	المجموع
التعاونيات العمالية للإصلاح الزراعي	15	05	09	01	06	02	01	39
محطات التكييف	52	05	30	-	08	06	01	102

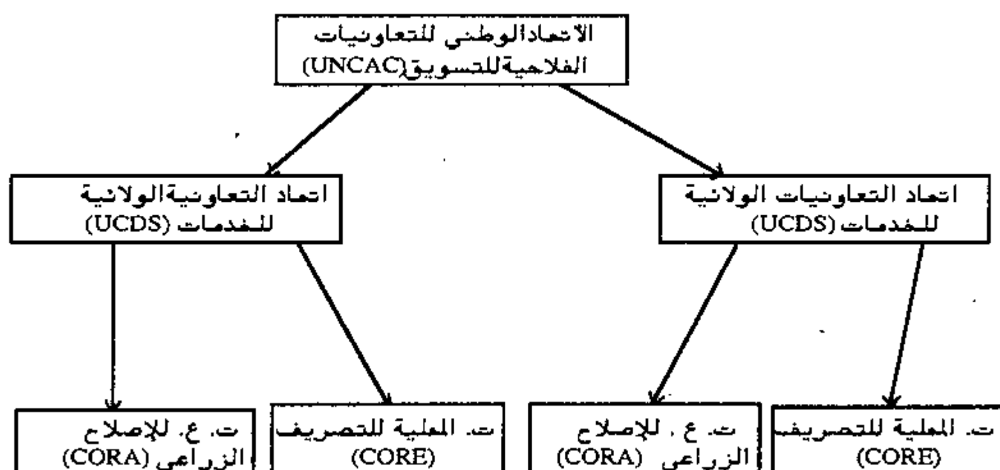
المصدر : (27 - A . BOUZIDI 1977 .P 14)

جدول رقم (13)

فبفضل هذا التنظيم الجديد للإتحاد التعاوني، وانطلاقا من الأهداف المسطرة له، والتي يسعى إلى تحقيقها، فقد تم وضع هياكل جديدة للمحاسبة والتسيير، من أجل مساعدة الإستغلالات الزراعية المسيرة ذاتيا؛ فاصبح لكل وحدة إنتاج منها حسابا خاصا بها لدى الصندوق الجهوي للقرض الفلاحي (CCRA) .

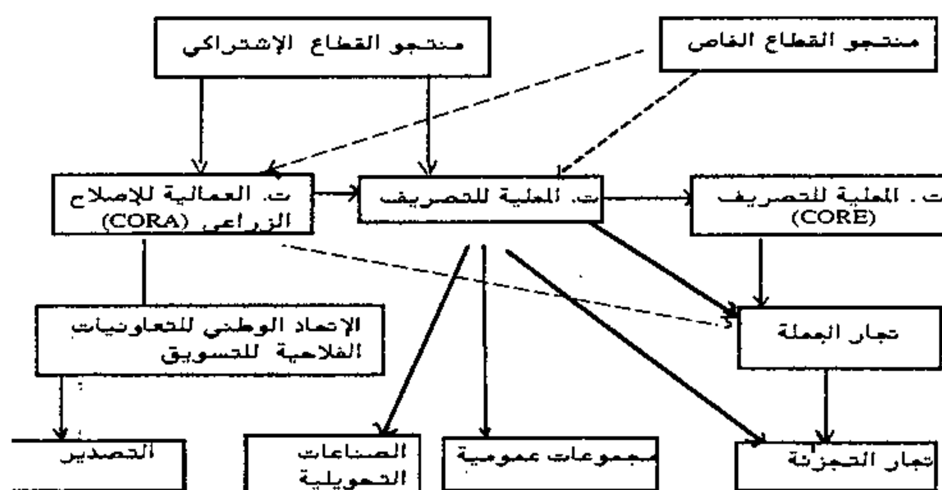
بالإضافة إلى تنصيب شبكة من وسائل الإتصال السلكية، والبرقية منها، وهذا قصد تسهيل الأعلام، ومن ثم التعرف عن أحوال السوق المتعلقة بحالة العرض والطلب و الأسعار على مستوى التعاونيات المختلفة حتى يمكن العمل على تحقيق توازن توزيع المنتجات فيما بين التعاونيات، أي بين التعاونيات التي تحقق عجزا في رصيدها من المنتجات وتلك التي تحقق فائضا.

والمخطط التالي يبين بنية تنظيم الإتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية للتسويق



(شكل رقم 12)

أما المخطط التالي يبين شبكة توزيع الإتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية للتسويق



(شكل رقم 13)

إن تحليل شبكة توزيع الإتحاد تبين لنا كيفية حركة دخول وخروج المنتجات على مستوى المنبع والمصب سواء على مستوى التوزيع الخارجي أوالداخلي :

أ - بالنسبة للتجارة الداخلية :

إن حركة المنتاجات عند المنبع والمصب لم يطرأ على شبكتها أي تغير، وذلك حسب ما هو موضح في الشكل رقم 9 ، حيث نجد أن التعاونيات المحلية للتصريف في ظل وصاية هذا الإتحاد بقيت على حالها من حيث منافذ دخول وخروج المنتجات؛ فمن حيث المنبع ، نجد أن هناك ثلاثة مصادر تستقبل منها التعاونيا ت المحلية للتصريف منتجات الخضر والفواكه وهي كالتالي

- الإستغلالات المسيرة ذاتيا .
- المبادلات فيما بين تعاونيات التصريف.
- المنتجون الخواص .

أما بالنسبة للمصب، فإننا نجد خمسة منافذ، تعمل التعاونيات المحلية للتصريف من خلالها على تسويق المنتجات؛ وهي كذلك مرتبة حسب نسبة أهمية مشاركتها في عملية التصريف كالتالي :

. تجار التجزئة .
. تجار الجملة .
. مجموعات عمومية .
. الصناعات العمومية .
. مبادلات فيما بين تعاونيات التصريف .

ب - امابالنسبة للتجارة الخارجية :

فإنها هي الأخرى لم يطرأ على شبكتها أي تغيير؛ من ذلك بقيت التعاونيات العمالية للإصلاح الزراعي، في ظل الإتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية للتسويق على حالها، ماعدا إشراف هذا الأخيرعلى العمليات المتعلقة بالتجارة الخارجية وفق التنظيم السابق.

أما مقارنة تطورالكميات المصدرة، بالأرقام القياسية، خلال الفترة مابين موسم 1965/64 وموسم 1968/67 فهي كالتالي :

(الوحدة : قنطار)

الموسم	1965/64	1966/65	1967/66	1968/67
إجمالي الكميات المصدرة	3.277.244	2.906268	2.582.187	2.582.290
الأرقام القياسية	100	88	78	78

المصدر : (27-A. Bouzidi.1977 . P160)

(جدول رقم 14)

ثالثا: تحليل نشاط الإتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية للتسويق

إن محاولة تطبيق إجراءات اللامركزية في نشاط الإتحاد الذي فشل في تطبيقها الديوان الوطني للأصلاح الزراعي على مستوى تسييرالتعاونيات التي صارت تابعة له، وفق مبادىء التسييرالذاتي، ومشاركة وحدات الإنتاج الأشتراكي في إتخاذ القرارات المتعلقة بتصريف منتجاتهم، وإنشاء هياكل دعم جديدة كالصندوق الجهوي للقرض الفلاحي ووضع شبكة هامة للإتصالات ا لسلكية والبرقية، بهدف نشر المعلومات المتعلقة بانواع المنتجات ووفرتها وأسعارها وغيرها، فيما بين التعاونيات، حتى يمكن توزيعها بتلك التي تحقق فائضا وتلك التي تحقق عجزا، أو ضمان تشكيلة متكاملة من السلع ومن ثم الحد من فروق الأسعار فيما بينها.

وإذاما أستطاع النظام التعاوني أن يحقق ذلك، فإنه يكون قد حقق انطلاقة جديدة على مستوى التسويق الداخلي والخارجي .

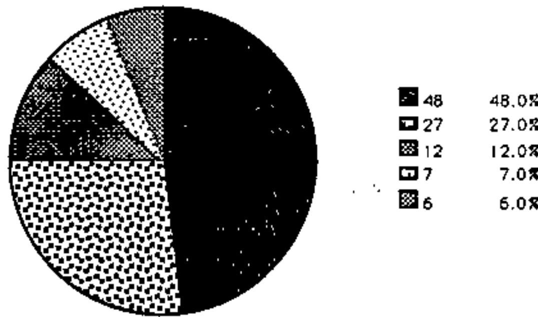
أما على مستوى المصب :

فإن للتعاونيات المحلية للتصريف خمسة منافذ يتم من خلالها تصريف تلك المنتجات ، وهي مرتبة أيضا حسب أهميتها النسبية خلال الموسم 1969/68 .

1- تجار التجزئة	%48
2- تجار الجملة	%27
3- مجموعات عمومية	%12
4- الصناعات التعريفية	%7
5- مبادلات فيما بين تعاونيات التصريف	%6

المرجع : (19 - A SARNI 1984 .P 94)

(جدول رقم 16)



(بيان رقم 1.16)

2 . 1 - تشكيل الأسعار في ظل الأتحاد التعاوني :

لقد أظهر الإتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية تحسنا ملحوظا في مجال تشكيل الأسعار؛ وإلى غاية 1969 كانت الأسعار تتحدد من طرف هيئة تدعى «لجنة البيع»، والتي تتكون من :

. مدير التعاونية المحلية للتصريف .
. رئيس التعاونية .
. عضو من مجلس الإدارة .
. رئيس مصلحة المبيعات .

ويجتمع أعضاء هذه اللجنة يوميا بهدف تمديد المستوى الأعلى والأدنى للأسعار، وذلك بالأخذ بعين الأعتبار المعايير التالية :

- ظروف نوعية المنتجات، بتصنيفها : إختيار أول (1er Choix) ، واختيار ثاني (2eme Choix) ..إلخ.

- الظروف الدولية التي من شانها التاثير على السوق الداخلية .

وبتحديد مستوى الأسعار، فإن المنتجات تباع وفق الإطار الذي حددته لجنة البيع؛ وهو إطار يتراوح بين الحد الأدنى والأقصى لمستوى سعركل منتوج. لا تتعداه الأسعارالفعلية التي تباع بها منتجات وحدات الإنتاج الإشتراكي، بحضور مندوبيها على مستوى مؤسسات الإتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية للتسويق. وبعد إتمام عملية البيع هذه، تحول إيرادات وحدات الإنتاج إلى حساباتها بالصندوق الجهوي للقرض الفلاحي (CCRA) ، وهذا طبعا بعد اقتطاع عمولات تدخل التعاونيات والتي تتراوح ما بين 6٪ و 8 ٪ من إجمالي المبيعات، بالإضافة إلى اقتطاع رسم حق الدخول الذي يقدر ب 10 سنتيم عن دخول كل صندوق بغرض البيع.

وأن نشاط التعاونية يترتب عليه نفقات وإيرادا ت. ففي حالة ما إذاكانت إيراداتها أكبر من نفقاتها، فإن مقدار الأرباح يوزع بالشكل التالي :

. 20 ٪ من مجموع الأرباح تذهب إلى مكافاة رأس المال .

. 30 ٪ تخصص للإستثمارات أو الخدمات الإجتماعية .

. 50 ٪ توزع بين المنخرطين وعمال التعاونية .

وما نلاحظه هو أنه بالرغم من التحسن الملموس في مجال الأسعار، ووجود شبكة من الإتصالات السلكية، والبرقية، فإن النظام التعاوني لم يتمكن من تقديم أسعار مكافئة لوحدات إنتاج التسييرالذاتي؛وذلك ما يظهره الجدول أدناه.

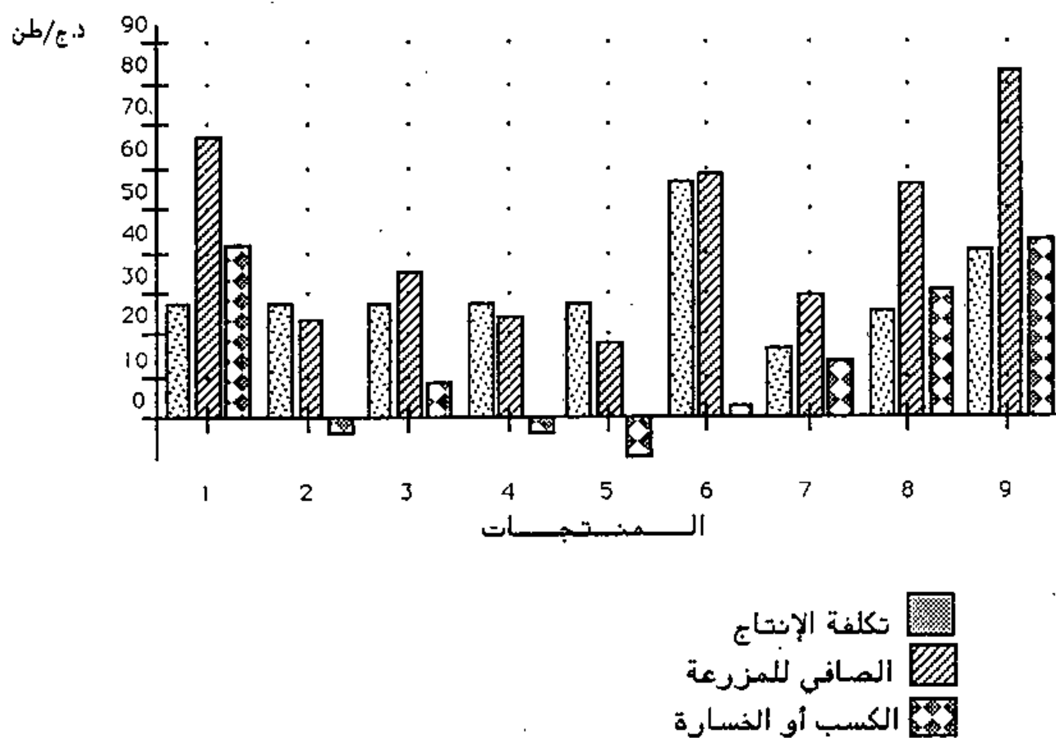
الجدول التالي يبين مقارنة أسعار التكلفة بأسعار البيع لبعض منتجات القطاع الاشتراكي خلال الموسم 1968/67 .

(الوحدة : د ج/ طن)

المنتجات		تكلفة الإنتاج	الصافي للمزرعة	الكسب أو الخسارة
كليمونتين	Clémentine	26,60	66,70	40,10 +
برتقال	Orange	26,60	23,03	3,57 -
مندرين	Mandarine	26,60	33,96	7,36 +
ليمون	Citron	26,60	23,40	3,20 -
بوميلو	Pomilo	26,60	17,50	9,10 -
قرنون	Artichaux	56,00	57,74	1,74 +
جزر	Carotte	16,00	28,71	12,71+
قرع	Courgette	25,00	54,98	29,98+
لوبياء خضراء	Haricot Vert	40,00	82,25	42,25 +
بطاطا	P de Terre	30,00	25,52	4,48 -
طماطم	Tomate	45,00	46,21	1,21 +

المصدر: (28- S. BEDRANI . 1981 . P140)

(جدول رقم 17)



(بيان رقم1.17)

فالمتتبع للجدول أعلاه، بديهيا يرى عدم إمكانية مكافاة قطاع الإنتاج الأشتراكي فيما يخص العديد من المنتجات التي تم تصريفها بالسوق الداخلية؛ وذلك باعتبار أن تكلفة الإنتاج هي أكبر من الأسعار المحصلة، بسبب ثقل اقتطاعات تعاونيات التسويق، بمناسبة تصريف تلك المنتجات.

ويرى الأستاذ **سليمان بدراني** في هذا الصدد : «من المؤكد أن الإتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية للتسويق ، ومن بعده الديوان الجزائري للخضر والفواكه (ا لذي خلف الأول) والدواوين الأخرى، كانت من بين إحدى الأسباب (أوهي الأساسية) في عجزاستغلالات المعمرين سابقا، ليس فقط بسبب سوء التسيير التجاري (الذي سمح للوكلاء بالعمولة ، والسماسرة الخواص بتكوين أرباح طائلة) لكن أيضا عن طريق الإقتطاعات العشوائية من المنتجات المسوقة»

(28- S.BADRANI . 1981 p .14)

هذا علاوة على ارتفاع نفقات التسيير ، نتيجة تضخم عدد المستخدمين وغيرها، ومانتج عنها من اختلافات في نفقات التوزيع على مستوى التعاونيات؛ ومن ثم أختلاف في الأسعار الممنوحة لوحدات الإنتاج الإشتراكي من قبل التعاونيات المحلية للتصريف والجدول التالي يثبت ذلك .

فالجدول التالي يبين الفروقات في أسعار التعاونيات المحلية للتصريف لبعض الولايات خلال شهر مارس 1967

و : دج/كلغ

تعاونيات الولايه / المنتجات		تيزي وزو	الجزائر	مستغانم	وهران	قسنطينة	باتنة
جزر	Carottes	0,14	0,23	0,21	0,18	0,24	0,84
جلبانة	P.Pois	-	0,42	0,93	0,36	0,22	0,58
بطاطا	P.de T	0,66	0,49	0,61	0,39	0,57	0,21
ليمون	Citron	-	0,51	0,48	0,43	0,48	0,67
مندرين	Mandarine	0,27	0,16	0,14	0,19	0,20	0,50
برتقال	Orange	0,33	0,26	0,20	0,32	020	0,37
		0,36	0,27	0,25	0,20	0,18	0,36

المصدر : (29 - E. Meynier 1967 .P60)

(جدول رقم 18)

بتحليلنا للجدول أعلاه، نرى أن التنظيم التعاوني لم يتمكن من تقليص تذبذبات الأسعار الموسمية بصورة ملموسة على مستوى التعاونيات المنتشرة عبر التراب الوطني.

ويرى (E. MEYNIER) أن الأسعار بالتعاونيات بقيت تتحدد وفق العرض والطلب؛ ولا يدرك المنتجون أسعار منتجاتهم ، إلا بعد إتمام بيعها من طرف التعاونية. وتتميز أسعار الجملة بالتعاونيات بأنها أقل انخفاض من تلك التي تبيع بها الأسواق المركزية. كما أن التعاونيات لم تنجح في التاثير في خفض أسعار التجزئة؛ لذلك ، فإن أسعار التعاونيات تبدو متغيرة بصورة مستقلة، بينما أسعار الجملة بالأسواق المركزية تواكب أسعار التجزئةعن قرب ؛ ويرجع هذا، في نظر العديد من الملاحظين، إلى أن نظام نشر المعلومات لم يكن ليشتغل بصورة جيدة؛ كما أن التباد ل السلعي فيما بين التعاونيات لم يحقق الفعالية المطلوبة منه، حيث أن حجم السلع لم يكن كافيا لكونها تعالج الثلث فقط من مجموع المنتجات المسوقة بالسوق الداخلية؛ وهذا يعود إلى التسربا ت الكبيرة من وحدات الإنتاج الاشتراكي نحو قطاع التوزيع الخاص .

1 . 3 - أهمية حجم المنتجات المتسربة من القطاع الاشتراكي نحو القطاع الخاص:

يرجع تسرب منتجات الإستغلالات المسيرة ذاتيا نحو قطاع التوزيع الخاص بالدرجة الأولى إلى انخفاض الأسعار بالتعاونيات كما بيناه سابقا.

وبما أن أسعارالتعاونيات هي جد منخفضة بالنسبة لأسعار الأسواق المركزية كما أشرنا اليه في الفصل الثاني، وأجرينا مقارنة حول أسعار ثلاث منتجات، فإن تجار الجملة الخواص يشترون من التعاونيات، ويبيعو ن بأسواق القطاع الخاص.

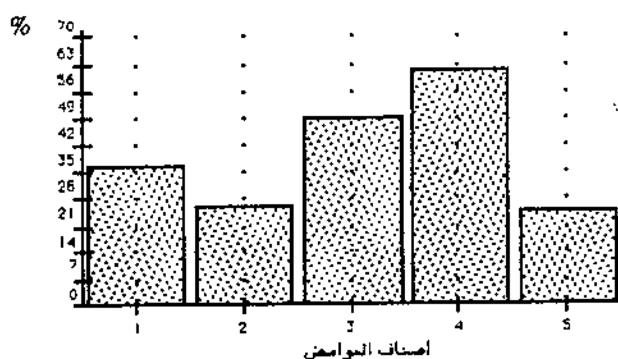
والجدول التالي يوضح أهمية نسب الفروق بين الكميات المنتجة بالقطاع الاشتراكي، وتلك الكميات المسوقة منها علي مستوى شبكة التوزيع التعاوني.

الوحدة : طن

أصناف الحوامض		تقديرلكميات المنتجة بالقطاع الآشتراكي	الكميات المسوقة عبر الشبكة التعاونية	الفرق	النسبة
برتقال	Oranges	231 400	174 853	83 547	٪36
كليمونتين	Clementine	57 570	42 675	14 8 95	٪26
مندرين	Mandarine	26 500	13 456	13 044	٪49
ليمون	Citron	11 770	4 254	7 156	٪61
بوملیو	Pomelo	2 880	2 185	6 95	٪24
المجموع	TOTAL	330 120	210 423	119 697	٪63 7

المصدر (19- A Sami 1984 P 104)

(جدول رقم 19)



بيان رقم 19

1-البرتقال 2-كليمنتين 3-مندرين 4-ليمون 5-بوميلو

من خلال الجدول، نرى أنه فيما يخص الحوامض، مايزيد عن الربع من حجم الكميات المنتجة من قبل القطاع الإشتراكي قد تسربت تجاه السوق المركزية بالجزائرالعاصمة عن طريق تجارالجملة ، من خلال التعاونيات المحلية للتسويق والتعاونيات العمالية للإصلاح الزراعي وذلك خلال الموسم 1968/67 .

وفي نفس المجال، تجدرالإشارة إلى أنه خلال الموسم 1967/66 وما يتعلق بنفس منتجات الحوامض، فيرى الأستاذ عبد المجيد بوزيدى (27-A. Bouzidi 1977.p15) أن:

«قطاع الإنتاج الإشتراكي الذي يملك حوالي 90٪ من المساحة المخصصة للحوامض، والذي كان من المفروض، أن يسوق كامل إنتاجه عبرالشبكة التعاونية للتوزيع، فإن ذلك لم يتم سوى في حدود 50 ٪ من إنتاجها؛ في حين أن الباقي منه، أخذ طريقه نحو شبكة قطاع التوزيع الخاص».

2- تحليل نشاط الإتحاد التعاوني على مستوى السوق الخارجية :

يعتبر نشاط الإتحاد على مستوى السوق الخارجية هاما، خاصة بالنسبة لقطاع الإنتاج الأشتراكي، الذي كان ينتج دائما لغرض التصدير؛ فالتعاونيات العمالية تتسلم إنتاج هذا القطاع، حيث تقوم بعملية تكييفه (Conditionnement) و هي عملية ضرورية بالنسبة لتصديرمنتجات الخضروالفواكه.

ولكي نتمكن من دراسة هذا الجانب من نشاط الاتحاد، فالامريدعونا إلى معالجة التطور الكمي للصادرات، وما ترتب عنه من ثقل في حجم «فروق الفرز» على وحدات الإنتاج الأشتراكي، وهو ماأنعكس سلبيا عن الأسعارالممنوحة لها، التي تكون عادة منخفضة.

1.2 - التطورالكمي للصادرات :

يعتبرنشاط التصدير أهم جانب في التسويق الخارجي؛ إذ أن كل دولة تسعى إلى تطويره، وذلك من خلال العمل على زيادة الكميات المصدرة من سلعها نحو الخارج. و العملية ليست يسيرة حيث المنافسة الدولية شديدة في مجال الجودة والسعر.

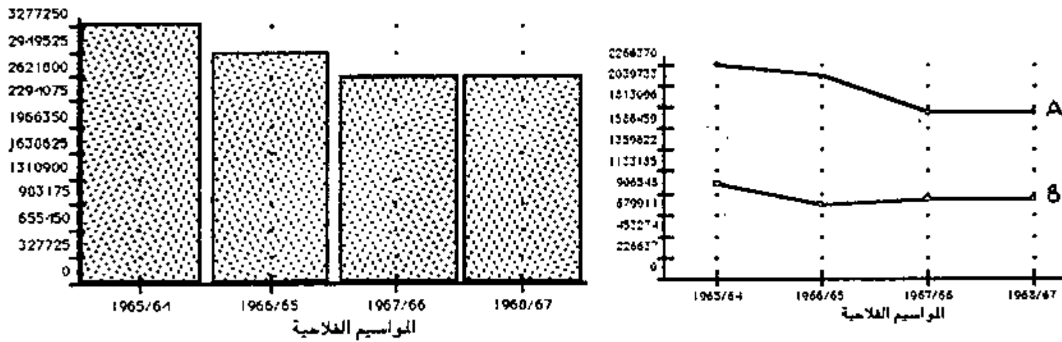
سنعالج التطورالكمي لصادرات منتجات الخضروالفواكه لوحدات الإنتاج الإشتراكي التي تتعامل مع التعاونيات العمالية للإصلاح الزراعي؛ وذلك خلال الفترة مابين 1968/1965، باعتبارها المدة التي ساد فيها تنظيم الإتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية للتسويق. لنتفحص الجدول التالي :

(الوحدة : قنطار)

الموسم	إجمالي الكميات المصدرة	الأرقام القياسية	إجمالي حجم منتجات القطاع الاشتراكي المصدر	الأرقام القياسية	إجمالي حجم المنتجات المصدرة من غير القطاع الإشتراكي	الأرقام القياسية
1965/64	3 277 244	100	2 266 370	100	1 010 874	100
1966/65	2 582 187	88	2 124 740	93	7 815 28	77 3
1967/66	2 582 187	78	1 748 090	77	834 097	82 5
1968/67	2 582 290	78	1 745 390	77	836 900	82 7

المصدر: (27 -A Bouzidi 1977:P16)

(جدول رقم 20)



إجمالي الكميات المصدرة

A-الكميات المصدرة من طرف القطاع الإشتراكي
B-الكميات المصدرة من طرف القطاع الغيرالإشتراكي

بتحليلنا لأرقام هذا الجدول، نرى أن إتجاه كميات منتجات الخضر والفواكه التابعة لقطاع الإنتاج الاشتراكي -المصدرة عن طريق التنظيم التعاوني - يميل للإنخفاض؛ وأن هذا الإنخفاض يفوق ذلك الذي حدث على مستوى إجمالي الصادرات؛ وهو مايفسر تقهقر صادرات منتجات قطاع الإنتاج الاشتراكي التي تقلصت إلى حوالي الخمس خلال الفترة التي ساد فيها تنظيم الإتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية للتسويق.

وأن من بين أسباب ذلك نذكر الحجم الهام المبعد من التصدير من قبل الديوان الجزائري للتسويق، بحجة عدم مطابقته لمعايير التصدير.

2.2 - ثقل حجم «فروق الفرز» على وحدات الإنتاج الإشتراكي :

لقد تعاظمت مشكلة «فروق الفرز» وأصبحت عائقا كبيرا لاستمرار قطاع الإنتاج الإشتراكي في مواصلة تصدير منتجاته ، عن طريق شبكة التنظيم التعاوني؛ وعليه، فإنه خلال الموسم الزراعي 67-1968 كانت قد بلغت نسبة «فروق الفرز» لمنتجات إستغلالات التسيير الذاتي حوالي 40٪ من إجمالي الإنتاج الموجهة للتصدير.

و نذكر أن «فروق الفرز » هي كميا ت من منتجات الخضر والفواكه، أبعدت من قبل الديوان الجزائري للتسويق (OFALAC) باعتبارها غير مطابقة لشروط معايير التصدير؛ لذلك أعيد توجيهها إلى التعاونيات المحلية للتصريف، قصد بيعها بالأسواق الداخلية؛ غير أن هذه السلع و هي في طريقها إلى تعاونيات التصريف الداخلي، فإنها بالطبع تتعرض للضياع، سواء بسبب التلف الذي يصيبها نتيجة إعادة حملها ونقلها أوتعرضها لتسربات غيرشرعية، أو إستهلاكها ذاتيا .

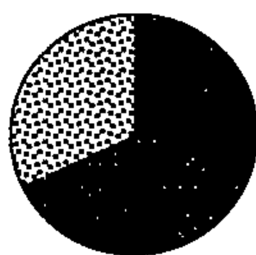
والجدول التالي يبين لنا أهمية فروق الفرزبالنسبة لبعض منتجات الحوامض خلال الموسم 1968/67

والجدول التالي يبين لنا أهمية فروق الفرز بالنسبة لبعض منتجات الحوامض خلال الموسم 1968/67

المنتجات	الكميات المعالجة	الكميات المبعدة	الأبعاد ٪
برتقال Oranges	149.882	57.024	37,6
باقي الحوامض Autres Agrumes	60.357	28.505	32
خضرومتنوعات Maraichages Divers	47.119	11.830	20,1

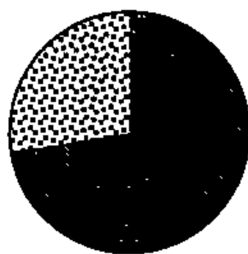
المصدر : (27- A . Bouzidi 1977.P 21)

(جدول رقم 21)



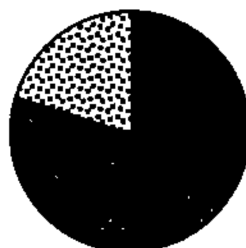
60357 67.9%
26505 32. %

باقي الحوامض



الكميات المعالجة 149882 72.4%
الكميات المبعدة 5702427.6%

البرتقال



الكميات المعالجة 47449 79.9%
الكميات المبعدة 11820 20. %

خضروات و متنوعات

(بيان رقم 1.21)

فالجدول أعلاه يبين لنا بوضوح الكميات الموجهة للتصدير، والكمياته التي تم تصديرها فعلا. فنجد مثلا بالنسبة لمنتوج البرتقال ل27٪ منه قد أبعدت من التصدير، وجهت للأسواق الداخلية لتصريفها هناك بأسعار منخفضة، باعتبارها فروق فرز.

ومن هنا يتبين مدى ثقل حجم فروق الفرزعلى كامل الإستغلالات الزراعية المسيرة ذاتيا؛ الأمرالذي جعلها تحجم عن توجيه منتجاتها نحو التصدير.

3.2 - تشكيل أسعارالتصدير :

لقد إستمرت التعاونيات العمالية للإصلاح الزراعي (CORA) في نشاطها في ظل الإتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية للتسويق، بنفس الهياكل والتنظيم الذي كانت عليه، في ظل الديوان الوطني للإصلاح الزراعي.

بقيت اقتطاعات التعاونيات المتعلقة بمختلف الخدمات التي تقدمها لوحدات الإنتاج، والخاصة بالنقل، التكييف، وكذلك اقتطاعات عمولة الوكلاء بالأسواق الأجنبية التي تقدر بـ 4 ٪ علاوة عن عمولة الاتحاد المقدرة بـ 3 ٪ من إجمالي المبيعات؛ وأن ماتبقى يودع بحسابات وحدات التسيير الذاتي .

إلا أن ما أصبح يتميز به إصلاح 1966 فيما يتعلق بتوزيع منتجات القطاع الإشتراكي، باستحداث هذا التنظيم التعاوني الجديد، الذي يهدف إلى مد مبدأ التسيير الذاتي إلى مجال قطاع التوزيع، وضمان تمثيل وحدات الإنتاج الأشتراكي، بالتعاونيات المشرفة على تصريف منتجاتها تمثيلا حقيقيا، فيما يخص إتخاذ القرارات حيث «كان مندبوا المزارع المسيرة ذاتيا، اختصاصيين حقيقيين، منتخبين من طرف مجالس العمال، يتكلفون بمراقبة، ومتابعة كميات المنتجات المسلمة للتعاونيات، والتسويق الجيد لها، وكانوا يقدمون حسابات بصورة منتظمة إلى مزارعهم حول حالة المبيعات باستمرار» (28- D.Benamrane 1980 . P 130) .

ومن أجل دعم حسن تسيير النظام التعاوني، عمدت الدولة إلى زيادة تنظيم مراقبة الأقتطاعات، وتخصيص جانب منها لمواجهة حالات الإختلالات الجهوية بالتنظيم التعاوني .

غير أن المبالغ الصافية التي يقدمها التنظيم التعاوني إلى وحدات التسيير الذاتي بعد الأقتطاعات المختلفة، فتتميز بانها قليلة لا تكافىء أحيانا حتى نفقات إنتاجها، بسبب انخفاض الأسعار المطبق عليها باستمرار.

رابعا: تقييم تنظيم الإتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية للتسويق

إن إصلاح تنظيم الهياكل المكلفة بالتسويق بسنة 1966، كان يهدف إلى مدّ قواعد مبدإ التسيير الذاتي إلى نشاط هياكل التوزيع. ونشير إلى نجاح وحدات الإنتاج في انتقاء مندوبين متخصصين لتمثيلها على مستوى مؤسسات الإتحاد التعاوني، وإنشاء هياكل دعم جديدة، كالصندوق الجهوي للقرض الفلاحي (CCRA) وانتصاب شبكة هامّة للإتصالات السلكية والبرقية، قصد نشرالمعلومات بين التعاونيات فيما يخص كمية وأسعار المنتجات، والعمل على توزيعها وفق الحاجة اليها، بهدف التقليل من حدة فروق الأسعار، وتجنب التنقلات غيرالمفيدة بحثا عن السلع .

لكن نجد من خلال ممارسة التنظيم التعاوني لنشاطه لم يستطع تحقيق تلك الأهداف، إذ أن مشاركة قطاع الإنتاج الإشتراكي الذي كان يستحوذ على 90 ٪ من المساحة المغروسة بالحوامض لم يسلم إلى التنظيم التعاوني سوى 50 ٪ من إنتاج هذه المساحة خلال الموسم 1967/66 .

كذلك لاحظنا أيضا أنه خلال نفس هذا الموسم، أن النظام التعاوني فيما يخص تسويق الخضروالفواكه لا يشارك سوى في حدود الثلث من مجوع الإنتاج المسوق، في حين أن نظام القطاع الخاص للتوزيع يستحوذ على باقي الثلثين؛ كما نجد كذلك أن حوالي الربع مما كانت تتمون به أسواق المركزية بالجزائرالعاصمة عن طريق تجار الجملة كان ياتي من النظام التعاوني.

ذلك مايدل على أن هناك نسبة هامة من إنتاج القطاع الاشتراكي، كان يستفيد منه قطاع التوزيع الخاص على حساب القطاع التعاوني للتوزيع نتيجة الفروق في الأسعار، وأن هذه الفروق، لم تكن موجودة بين نظامي التسويق الإشتراكي والخاص فحسب، بل كانت موجودة أيضا علي مستوى مؤسسات النظام التعاوني. وفي النهاية كانت هذه الفروق دائما على حساب قطاع الإنتاج الإشتراكي.

كذلك نشيرإلى عدم تمكن الشبكة التعاونية من مسايرة أسعارها لأسعار التجزئة؛ في حين أن أسعارالجملة الخاصة كانت تساير تلك الأسعار الخاصة بالتجزئة .

أما على مستوى التسويق الخارجي، فإن الأمر بالنسبة لوحدات الإنتاج، هو أسوء من التسويق الداخلي؛ ذلك بسبب أهمية حجم المنتجات المبعدة من التصدير والمتمثلة في فروق الفرز، علاوة عن أسعار التصدير المنخفضة التي لا تكافيء حتى تكاليف الإنتاج أحيانا؛ الأمر الذي جعل المنتجين يفضلون التسويق الخارجي .

إن كل هذه النتائج السلبية وغيرها، التي تمخض عنها النظام التعاوني للتسويق كانت نتيجة ظهور أساليب بيروقراطية، ومركزية في مجال تسيير النظام التعاوني، مما أدى إلى عدم تحقيق أهداف هذا الإصلاح، والعودة من جديد إلى نظام الدواوين، حيث أنشيء الديوان الجزائري لتسويق الخضر والفواكه سنة 1969.

خلاصة الفصل الثالث

لقد تطرقنا إلى العوامل التي أدت إلى نشأة نظام توزيع الجملة الإشتراكي؛ و لاحظنا أن هنالك عوامل سياسية، وأخرى إقتصادية :

فاما السياسة : فتتعلق بالنهج السياسي العام الذي أصبحت تتبعه الجزائر بعد الحصول على الإستقلال، والذي كان مستلهما من المواثيق التي أقرتها ثورة التحرير،فكان الإختيارالإشتراكي، تجسيدا لأهداف الثورة في الواقع الإجتماعي.

أما العوامل الإقتصادية : فتتعلق بتحقيق الملكية الإجتماعية لوسائل الإنتاج وذلك على إثر رحيل المعمرين، وترك ممتلكاتهم شاغرة؛ ومن ثم تاميمها من قبل الدولة؛ وتنظيم إستغلالها وفق النهج الإشتراكي كأساس للنظام الإقتصادي في الجزائر.

ولقد استدعت الضرورة مباشرة بعد الإستقلال إلى إستحداث تنظيم التوزيع، ليواكب النمط الإنتاجي الإشتراكي. فكان أول تنظيم للتوزيع ظهر للوجود هوالديوان الوطني للتسويق، الذي يتميز تنظيمه بوجود هياكل تقع بالمدن الكبيرة بالمناطق الداخلية، هي الفروع الإقليمية، حيث تقوم بوظائف التوزيع الداخلي للإنتاج الوطني والمنتجات المستوردة، كما تقوم بدور الوسيط في حالة تصدير المنتجات الوطنية.

إن التسيير كان يتم وفق المرسوم المنشإ له، حيث نصوص مواده كانت غيرمستوفية وناقصة، ولا تضمن له الحد الأدنى من التسييرالملائم؛ علاوة عن عدم توفره على الإمكانيات البشرية (التجربة والتكوين)، والنقص في الإمكانيات المادية، كالوسائل المتعلقة بواسائل النقل الأساسية والتخزين والتبريد وغيرها.

ذلك ما جعل التسيير يتم بصورة مركزية بل بيروقراطية، أضرت بوحدات إنتاج التسيير الذاتي؛ وصارت منتجات هذا القطاع تتسرب نحو القطاع الخاص؛ الأمرالذي إستدعى إنشاء جهاز جديد، ألاوهو الديوان الوطني للإصلاح الزراعي في 1963/03/18 بشكل مواز للديوان الوطني للتسويق؛ و ذلك بغرض تحسين الوضعية. وباستكمال هياكله صار ينافسه ويحل محله تدريجيا إلى درجة كادت أن تكون كاملة.

و في مجال التنظيم ، فقد تميز هذا الديوان بتوفره على هياكل متخصصة وهي التعاونيات المحلية للتصريف التي إنفردت بالتوزيع الداخلي، والتعاونيات العمالية للإصلاح الزراعي التي تخصصت في التوزيع الخارجي .

وتجدر الإشارة إلى أن الديوان الوطني للإصلاح الزراعي بالرغم من النجاح الذي عرفه عند بداية نشاته حيث إستقطب عددا أكبر من الموردين له، الأمرالذي جعله ينافس الديوان الوطني للتسويق، بل وينافس حتى نظام التوزيع الخاص، إلا أن هذه الوضعية لم تدم طويلا، نتيجة سيطرة الديوان على نشاط التعاونيات التابعة له، وإضفاء الطابع المركزي على تسييرها؛ وهذا عكس المهمة التي كانت منتظرة منه، والمتمثلة في تبني أسس وقواعد التنظيم التعاوني.الأمرالذى أدى بالتعاونيات (ممثلوا وحدات إنتاج التسييرالذاتي) إلى مطالبة السلطات السياسية، والسلطة الوصية بتشكيلها في إطارتعاوني وطني، ذلك ماحدث سنة 1966 .

من ذلك أنشيء الإتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية للتسويق، حيث إحتفظ بنفس الهياكل السابقة، التعاونيات المحلية للتصريف، والتعاونيات العمالية للإصلاح الزراعي، في شكل إتحاد تعاونيات ولائية للخدمات (UCDS) على المستوى الجهوي، وفي شكل إتحاد وطني للتعاونيات الفلاحية للتسويق (UNCAC) على المستوى الوطني. ومن أهدافه، العمل على جعل المنتجين مسؤولين فعلا على تسويق منتجاتهم. وقد نجح في ذلك من خلال مشاركة مندوبيهم في عملية التسويق، علاوة علي إنشائه لهياكل دعم جديدة، كالصندوق الجهوي للقرض الفلاحي (CCRA) ، ووضع شبكة هامة من الإتصالات، قصد توسيع نشر المعلومات فيما بين التعاونيات، لتسهيل عملية التبادل السلعي، وتقليص الفروق في الأسعار فيما بينها.

و ما هو ملفت للملاحظة هو كون الأسعارقد تميزت بالإنخفاض وأصبحت لاتكافيء أحيانا تكلفة وحدات الإ نتاج، بسبب ثقل إقتطاعات هذه التعاونيات مقابل خدماتها؛ الأمر الذي أدى إلى تسرب المنتجات نحو قطاع التوزيع الخاص .

وبالرغم من أن القطاع الأشتراكي كان ينتج لغرض التصدير، لكنه بالنظر إلى التطور الكمي لصادراته خلال الفترة 1968/65، نجد أنه اتجه نحو التقهقر؛ وهذا بسبب زيادة حجم فروق الفرز التي أبعدت من التصدير من طرف الديوان الجزائري للتسويق ، بحجة عدم مطابقتها لمعايير التصدير؛

لكنها تعود مرة ثانية لتاخذ طريقها نحو الأسواق الأجنبية من طرف القطاع الخاص، دون إبعادها. الامر الذي جعل وحدات إنتاج التسيير الذاتي، تحاول تجنب الإتحاد التعاوني، وتفضل طريق القطاع الخاص.

إن كل هذه السلبيات التي أظهرها تنظيم الإتحاد من خلال ممارسة نشاطه، يرجع هو الآ خر إلى تطبيق الأساليب البيروقراطية والمركزية؛ الامر الذي أدى إلى العودة من جديد إلى تنظيم الدواوين الحكومية، وذلك بنشأة ديوان جديد، هوالديوان الجزائري للخضروالفواكه (OFLA)، سنة 1969.

إن نشأة تنظيم التوزيع العمومي أوالإشتراكي(التنظيم التعاوني وتنظيم الدواوين) للخضروالفواكه منذ سنة 1962 إلى غاية 1969 هي مرحلة تميزت بوجود تغييرات؛ لكن في الحقيقة تعتبر تغييرات شكلية، حيث كان يحاول فيها المسؤولون، استبدال هيكل بآخر عندما تتفاقم المشاكل وتزداد حدة؛ فذلك يعتبر بمثابة حلول ظرفية لا غير.

كما تعتبر هذه المرحلة، بمثابة تجربة أولى من نوعها في الميدان، من شانها تساعد على إرساء أسس وقواعد التنظيم العمومي أو الإشتراكي لتسويق الجملة للخضر والفواكه في الجزائرخلال المرحلة الأولى من إستقلالها.

الفصل الرابع

تنظيم توزيع الجملة الإشتراكي للخضر والفواكه في ظل الديوان الجزائري للخضر والفواكه (OFLA)

خلال الفترة مابين 69-1974

الفصل الرابع

تنظيم توزيع الجملة الإشتراكي للخضر والفواكه
في ظل الديوان الجزائري للخضر والفواكه (OFLA)
خلال المرحلة 69-1974

مدخل :

على إثر حل نظام الإتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية، تم إنشاء الديوان الجزائري للخضروالفواكه في أفريل 1969. إنطلق هذا الأخير في نشاطه بنفس هياكل وأساليب تسيير الإتحاد المنحل؛ بصورة تدريجية إلى أن استكمل هياكله التي من شأنهاتسعى لتحقيق أهداف مسطرة؛ ذلك وفق سياسة فلاحية جديدة، تعمل على فصل وظيفة الإنتاج عن وظيفةالتوزيع؛ كما تسهر على مكافاة أفضل للمنتجين، من خلال نظام للإشراف والمراقبة يعمل على متابعة القرارات التي تصدرها الإدا رة المركزية للديوان، ومراقبة تنفيذها من قبل المفتشيات الجهوية على مستوى أعلى، والمندوبيات الولائية على مستوى أدنى، حيث تضعها قيد التنفيذ الهياكل العملية للتسويق المنتشرة عبر التراب الوطني.

إن تسييرهذا الديوان يتميز بوجود هياة عليا تتمثل في مجلس الإدارة؛ أعضاؤه يمثلون أهم الوزارات و يتمتعون بكفاءات عالية ، تتكفل بالتوجيه العام في التسيير الإداري والمالي للديوان.

وإذاكان الديوان قد حقق تطورا نوعيا من حيث الوظائف الهامة التي أصبح يقوم بها، و التسييرعلى المستوى الداخلي خلال المراحل الأولى لإنشائه، فإن ذلك لم يستمرخلال المراحل التالية ؛ مما جعله ينحرف عن إطار التسييرالذي كان مخططا له؛ لقد أصبحت هيآت المراقبة والإشراف غير قادرة بالقيام بدورها كما هو مسطر في مجال المراقبة والتنسيق فيما بين مراكزالتسويق؛ إنعكس ذلك سلبا على نشاط هذه الأخيرة، لاسيما وأنها كانت تتميز بالتخصص

الكبير والإنتشار الواسع؛ فصارت متداخلة في المهام.

وباعتبار تسويق منتجات الخضروالفواكه هو، موضوع وهدف نشاط الديوان، فإنه يعتبر كذلك ميدانا لقياس مدى فعالية هياكله، وحيث أستحدث نظام جديد للأسعار؛ فما هي إذن آلياته ؟ وكيف كان عليه نشاطه على مستوى السوق الداخلية والخارجية في ظل تلك الظروف.

تلك هي المحاور الأساسية التي سيتضمنها موضوع الفصل الرابع.

أولا: نشأة، أهداف، وتطور الديوان الجزائري للخضرو الفواكه

لقد أنشيء الديوان الجزائري للخضروالفواكه بموجب الأمر رقم 68/69 بتاريخ 3 أفريل 1969 باعتباره «مؤسسة عمومية، ذات طابع صناعي وتجاري؛ لها شخصية مدنية، وتتمتع بالإ ستقلال المالي» حسب المادة الأولى من الجريدة الرسمية رقم 3 الصادرة في 8 أفريل 1969.

«يقع تحت وصاية وزارة الفلاحة والإصلاح الزراعي » المادة 2 .

ويهدف إلى «تنظيم تسويق الخضروالفواكه، بالتراب الوطني، وترقية تنمية صادرات هذه المنتجات » المادة 4 .

« وهو يطمح من خلال نشاطه إلى ضمان دفع سعر مكافيءللمنتجين، وتحقيق تموين منتظم لجميع مناطق البلاد؛ ويكون قادرا على القيام بعمليات الإستيراد» المادة 5.

«فالديوان يصدركل الخضروالفواكه ... » المادة 7 .

«فهو يوجه وينسق على مستوى السوق الوطنية تحت إشراف الوزارة الوصية، نشاطات تعاونيات تصريف الخضر و الفواكه. فهذه التعاونيات وضعت تحت المراقبة التقنية و الإقتصادية للديوان» المادة 8 .

« إن الديوان و تعاونيات التصريف للخضر و الفواكه، لهما الأولوية في الإستفادة من الأماكن بأسواق الجملة ، وفي تموين وحدات التحويل » المادة 9 .

أماالمادة 10 فتنص «برخصة الوزيرالوصي، يمكن للديوان، استيراد الفسائل والتقاوي لحساب جميع المنتجين».

وعليه ، فبإنشاء الديوان الجزا ئري للخضروالفواكه، أصبح يحل تدريجيا محل الإتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية للتسويق؛ وهو مايترجم العودة إلى نظام الدواوين ومن ثم محاولة تطبيق سياسة فلاحية من شأنها، فصل وظيفة

الإنتاج عن وظيفة التوزيع .

من ذلك صارت المزارع المسيرة ذاتيا مجبرة بتصريف إنتاجها عن طريق هذا الديوان الجديد دون غيره، في حين أن منتجي القطاع الخاص غير ملزمين بذلك ؛ وقد أصبح يحتكر تسويق الخضر والفواكه المنتجة من قبل القطاع الإشتراكي.

إن المهام التي أنيطت بهذا الديوان ترمي إلى العمل من أجل تحقيق توازن السوق الداخلية، من خلال ضبط عمليات البيع واستقرارالأسعار، ومحاربة المضاربة. وباعتبار أن نسبة إنتاج القطاع الإشتراكي من الخضر والفواكه هي الغالبة، فيمكن ضبط عمليات البيع بتحقيق تموين جميع مناطق البلاد بصورة منطقية بالتنسيق بين مختلف هياكل التسويق المتخصصة التابعة له، مدعمة بمركزية توقع التقديرات التي يضعها الديوان عند بداية كل موسم زرا عي.

وفيما يتعلق بالأسعار فقد أستحدثت طريقة أسعارالمراسيم ، إذ عند بداية كل موسم زراعي يصدر مرسوم يحدد قائمة بأسعارالمنتجات التي يمكن للديوان أن يشتري بها من قطاع الإنتاج؛ وهذا السعريراعي فيه النوع، والصنف، ودرجة الجودة. وهي عملية من شانها المحافظة على استقرارالأسعار من جهة، وضمان حق مكافاة نشاط المنتجين من جهة أخرى. الأمرالذي يمكن التاثير على تخفيض أسعارالتجزئة، بتجنب التكاليف الزائدة عن تكاليف التسويق، علاوة على المساهمة في تصريف جانب كبيرمن منتجات الخضر والفواكه، بصورة يمكن بها كسر شوكة المضاربين .

وعلى مستوى التسويق الخارجي، فهو يهدف إلي زيادة تنمية الصادرات الوطنية من منتجات الخضر والفواكه، لتوفيرالمزيد من العملة الأجنبية . وبإعتباره جهازا مكلفا بتنظيم السوق الداخلية، ففي حالة العجزفإنه يقوم باستيراد المنتجات لسد حاجيات السوق الوطنية، بالإضافة إلي تزويد وحدات قطاع الإنتاج الإشتراكي والخاص بالتقاوي والفسائل التي تكون في حاجةإليها.

كما أن هذا الديوان يعمل على تموين وحدات التحويل الصناعي بالمنتجات، وبذلك يكون الديوان الجزائري للخضروالفواكه قد أضاف صرحا جديدا من خلال بنائه لهياكل جديدة ، ومتخصصة؛ توفر تغطية أشمل لمناطق البلاد، لاسيما منها البعيدة سواء باقصى الشرق أوأقصي الجنوب. وهي تغطية لم تعهدها هذه المناطق من قبل، بالإضافة إلي تجهيز وحداتها بوسائل هامة من الإتصالات (هاتف، تليكس) من شانها تعمل على تحقيق عمليات المبادلة عن بعد، وتساهم

في اقتصاد الوقت وتكاليف النقل .

فبالرغم من ذلك، فإن الديوان قد واجه صعوبات معتبرة من أجل تحقيق تلك الأهداف التي أنشيء من أجلها؛ فانخفاض الكمية والنوعية من المنتجات التي أصبحت توجه له، جعلت مهمته صعبة؛ ثم أنه وجد هو الآخر قطاع تسويق خاص متعنت، يستحوذ على حوالي (2/3) الثلثين من الإنتاج الوطني للخضر، وحوالي(1/2) النصف من منتجات الفواكه؛ بالإضافةإلى عوامل أخرى من طبيعة داخلية وخارجية، أدت الى إعادة النظربصورة جذرية هذه المرة، ليس فقط على مستوى التسويق، بل أيضا على مستوى الإنتاج بتطبيق الثورة الزراعية سنة 1974.

المبحث الأول

بنية هياكل الديوان الجزائري للخضروالفواكه

تقديم :

إن تحديد الأهداف الجديدة لنظام تسويق الديوان الجزئري للخضروالفواكه قد تطلب إعادة تنظيم تدريجية لهياكل التسويق التي كانت قائمة، حتى تستجيب والمهام الجد.بإنشاء هذا الديوان وإحلاله محل النظام السابق يكون قد ورث عن هذا الأخيرمجموعة من الهياكل والتجهيزات الهامة .

فبتاريخ 1969/04/03 تم حل التعاونيات العمالية للإصلاح الزراعي (CORA) بموجب المادة رقم 24 من القانون رقم 69-18 المتضمن إنشاء الديوان الجزائري للخضر والفواكه؛ وتحولت إلى مراكز للتكييف، حيث احتفظت بنفس المهام التي كانت تقوم بها والمتعلقة بتكييف وتهيئة المنتجات الموجهة للتصدير، غير أنها أصبحت تنتمي إلى هذا الديوان الجديد.

في حين نشهد خلال الموسم 1970/71 إنشاء مجموعة من المراكزالمتخصصة التي أصبحت تلعب دورا هاما على مستوى السوق الداخلية، وهي مراكزالجمع والتقسيم (CCR)، مراكز االتكييف والتسويق (CCC)، ومراكز التوزيع (CR)، التي حلت محل 45 تعاونية جهوية للتصريف (CORE) الموروثة عن الإتحاد الوطني للتعاونيات الفلا حية للتسويق (UNCAC) ؛ في حين تعتبر مراكز التكييف الأولي(CPC) آخر حلقة مكملة لشبكة التسويق الداخلي، حيث استحدثت في فيفري 1971 .

ولضما ن التنسيق والمراقبة بين هذه الأجهزة لتشتغل باكبر فعالية، فقد تم وضع نظام للإشراف والمراقبة .

أولا-تنظيم الهياكل العملية للديوان.

1 - هياكل الإشراف والمراقبة :

بصدور أمر يقضي بحل نظام الإتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية للتسويق (UNCAC)، والإتحادات الجهوية للتعاونيات الفلاحية للخدمات (URCAS) بموجب المادة رقم 34 من القانون رقم 69-18 المتضمن إنشاء الديوان الجزائري للخضر والفواكه، وبحل النظام التعاوني ، من قبل الوزارة الوصية في :
19/ 08/ 1970، ومن أجل التحكم في تسيير الأجهزة العملية المكلفة بمعالجة المنتجات وبتدخل مباشرة في السوق الداخلية، أنشئت هياكل جديدة للإشراف والمراقبة مهمتها الأساسية الإشراف على متابعة القرارات التي تصدرها الادارة المركزية للديوان، ومراقبة تنفيذها من قبل الهياكل العملية.

لذا تم استحداث مفتشيات جهوية على مستوى أعلى، ومندوبيات ولائية على مستوى أدنى، على أنقاض النظام التعاوني السابق .

1 . 1 - المفتشيات الجهوية (Les Inspections Régionales) :

وقد أنشئت هذه المفتشيات وعددها ستة على المستوى الجهوي خلفا للإتحادات الجهوية، وأسند لها دور مراقبة وتنسيق مختلف نشاطات المراكز التي تقع ضمن محيطها الجغرافي .

1 . 1 . 1 - عمليات المراقبة :

فالمفتشيات تمثل الديوان على المستوى الجهوي، مهمتها ضمان متابعة تطبيق قرارات وبرامج التسويق التي تصدرها الإدارة المركزية للديوان على المستوى الوطني، من أعلى إلى أسفل ومراقبة مدى تنفيذها .

ومن أسفل إلى أعلى، جمع المعلومات الضرورية المتعلقة بنشاط التسيير والمحاسبة في المراكز وتبليغها إلى الإدارة المركزية للديوان، على أن تكون هذه المعلومات مراقبة ومحللة، قبل أن ترسل للديوان، حتى يمكن إظهار النقائص التي قد تظهر في الطرق المستعملة، وهي معلومات تتعلق بـ :

- جداول الأسعار (يومية)
- الكميات والأسعار المرجحة (أسبوعية)
- الإحصائيات والحسابات الختامية (شهريا)

1.1.2 - عمليات التنسيق :

إن المفتشيات الجهوية لا تقوم بممارسة نشاط التسويق على غرار المراكز المختلفة فحسب، بل هي مدعوة أيضا لتقديم الإستشارات والمساعدة، خاصة في مجال تنمية المبادلات فيما بين المراكز بنشر المعلومات المتعلقة بإمكانيات التصريف والأسعار المطبقة وغيرها؛ ونظرا لعدم وجود هياكل كافية تسمح بمراقبة تسويق الخضروالفواكه فقد أنشأ الديوان مندوبيات ولائية تحت وصاية المفتشيات الجهوية .

1.2 - المندوبيات الولائية (Les délégations départementales) :

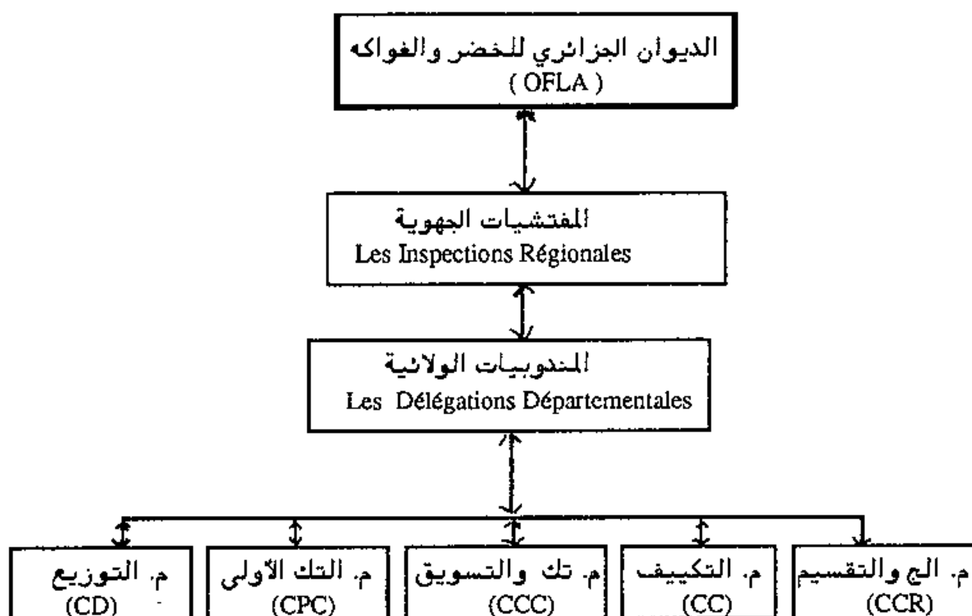
فمن أجل دعم فعالية نشاط المفتشيات الجهوية، أنشئت ثماني مندوبيات ولائية، من شأنها تمثيل المفتشية على مستوى الولاية؛ الأمرالذي يسمح بسهولة المراقبة وتداول المعلومات فيما بين الأجهزة العملية للديوان، حيث تتلقى المندوبيات كل شهر الحسابات المالية وجداول الإحصائيات الشهرية من المراكز التابعة لها؛ فتعمل على تحويلها إلى المفتشيات الجهوية قصد استغلا لها، ومن ثم إلى الإدارة المركزية للديوان؛ فبهذه الكيفية أمكن ضمان شبكة إعلامية مرنة، من شأنها تسهيل المعلومات في جميع الإتجاهات؛ ومن هنا يكون الديوان قد صار يقدم مراقبته وتوجيهه على مستوى هياكل التسويق الجديدة والمستقلة عن الإستغلا لات الزراعية المسيرة ذاتيا، الأمر الذي جعله يظهر على الأقل في مرحلة أولى ديناميكية ومرونة كبيرتين، نتيجة وجود هياكله العملية قريبة من وحدات الإنتاج.

والجدول التالي يبين كيفية إنتشار المفتشيات الجهوية والمندوبيات الولائية بالتراب الوطني

المفتشيات الجهوية	المندوبيات الولائية	الولايات الممكن مراقبتها
الجزائر	برج منايل، المدية توقرت	الجزائر، تيزوزو المدية، الواحات
وهران	مستغانم	وهران ، مستغانم
الاصنام	تيارت	الاصنام ، تيارت ، سعيدة
قسنطينة	سطيف ، باتنة	قسنطنة ، سطيف باتنة
تلمسان	بشار	تلمسان ، الساورة

(جدول رقم 22)

فالمخطط التالي يبين نظام هياكل الإشراف والمراقبة للديوان الجزائري للخضر والفواكه.



(شكل رقم14)

فباستكمال تنصيب الأجهزة العملية وأجهزة الإ شراف والمراقبة، يكون الديوان قد أحدث تحولات هامة، على مستوى هياكل شبكة تسويق الخضروالفواكه، من خلا ل مباديء تسييرها وإجراءات مكافاة المنتجين، أوعلى مستوى الهامش التجاري الذي يمكن أن يحصل عليه .

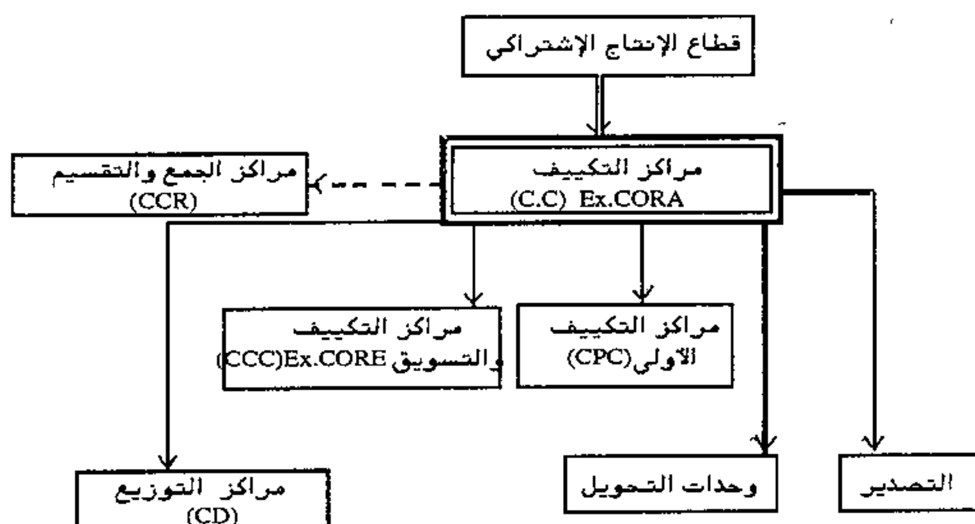
2-الهياكل العملية لشبكة التسويق

2 . 1 - مراكز التكييف (م .تك) (C.C) Les Centres de Conditionnement :

يبلغ عدد مراكزالتكييف الموزعة على مستوى التراب الوطني 35مركزا، وينحصر نشاطها بصورة خاصة في استقبال المنتجات الموجهة للتصدير، وشراء منتجات الخضروالفواكه من الإ ستغلا لات الزراعية المسيرة ذاتيا بهدف تموين

السوق الداخلية؛ وهي مراكزتتكلف بانتقاء المنتجات الموجهة للتصديرمن خلال عملية التكييف التي تقوم بها، والمتعلقة بعمليات فرزالمنتجات، تنظيفها، وتوحيدها باوزان وأحجام متجانسة ، وتعبئتها وعرضها ....إلخ؛ ومن ثم عزل المنتجات التي لاتستجيب لشروط معاييرالتصدير «فروق الفرز» التي ترسل، بالإضافة إلى المنتجات المكيفة لغرض تموين السوق الداخلية لكل من مراكز التكييف والتسويق (CCC)، وإلى مراكز التكييف الأولى (CPC) ، أو إلى مراكز التوزيع (CR) . كما أنها تقدم كميات هامة لوحدات التحويل الصناعي من أجل صناعة المصبرات والعصير على مختلف أنواعهما، وتوجه كميات قليلة إلى مراكز الجمع والتقسيم (CCR) .

والمخطط التالي يبين علاقات شبكة مراكز التكييف .



(شكل رقم15)

البيان
تدفقات هامة :
تدفقات متوسطة :
تدفقات ضعيفة :

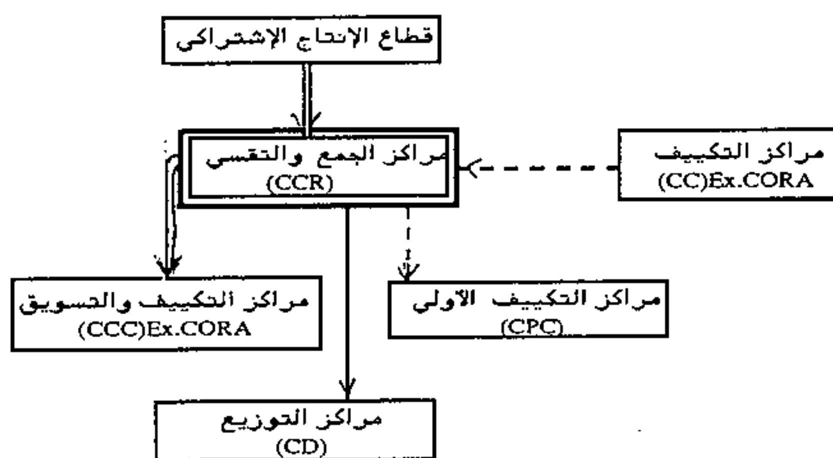
2 . 2 - مراكز الجمع والتقسيم (م.ج تق)

Centres de Collecte et de Répartitions (C.C.R)

وهي هياكل تتكلف باستقبال منتجات وحدات إنتاج القطاع الإشتراكي وتوزيعها على مستوى التراب الوطني. وتوجد خمسة مراكز، منها إثنان هامان يقعان بناحية الجزائر، أحدهما يقع بالحراش (مركز الأرز)(Centre Des Cèdres) والثاني يقع بالشفة بضواحي البليدة؛ أما المركز الثالث فيقع بسطيف. إن مهمته محددة، حيث يستقبل الخضروالفواكه من منطقتي الجزائر ووهران، ليعمل على توزيعها بين مراكز التسويق بالناحية مثل قسنطينة وباتنة ...إلخ، بالإضافة إلي مركزي الأصنام (الشلف) وبرج منايل.

وبذلك تكون هذه المراكز متخصصة في تموين المناطق التي تعاني من نقص في منتجات الخضر والفواكه (مثل الشرق والجنوب)؛ وهي لاتقوم بالتوزيع المباشر إلى تجارة التجزئة، بل عملها يتمثل في التوزيع المركزي بصورة أساسية على مراكز التكييف والتسويق (C.C.C)، وكذلك على مراكز التوزيع (C.D)، وأحيانا على مراكز التكييف الأولى (CPC). من ذلك فدورها منظم للسوق الوطنية.

والمخطط التالي يبين علا قات مراكز الجمع والتقسيم .



(شكل رقم 16)

البيان
تدفقات هامة
تدفقات متوسطة
تدفقات ضعيفة

3.2 - مراكز التكييف والتسويق (م .تك . تس)

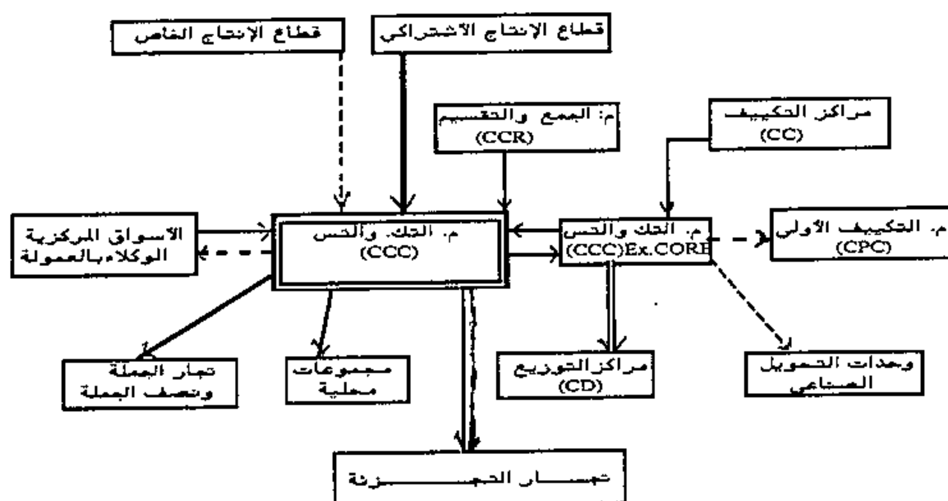
Les Centres de Conditionnement et de Commercialisation (C.C.C)

يوجد 16 مركزا للتكييف والتسويق، موزعة على مستوى التراب الوطني؛ وهي تشتري بصورة أساسية مباشرة من المزارع المسيرة ذاتيا المنتجات التي لاتكون موضوع شراء من قبل مراكزالتكييف، وأيضا بنسبة متوسطة من مراكزالجمع والتقسيم «فروق الفرز» من مراكزالتكييف. كما تتمون باستمرار من طرف قطاع التسويق الخاص (الوكلاء بالعمولة) بالأسواق المركزية؛ وبصورة استثنائية من قبل المنتجين الخواص قصد تكملة التموين الموجه للمجموعات المحلية.

وهي تقوم بتموين مراكز التوزيع بصورة أساسية. كما تعمل مراكز التكييف والتسويق على مبادلة المنتجات فيما بينها، وفي حالة وجود فائض فإنه يوجه نحو وحدات التحويل، وكذلك إلى مراكز التكييف الأولي؛ علاوة على تموين بعض من تجار الجملة الذين يبيعون منتجاتهم خارج الأسواق المركزية.

من ذلك يبدو أن الدور الذي تقوم به مراكزالتكييف والتسويق مشابه للدور الذي كانت تقوم به التعاونيات المحلية للتصريف المتمثل في تنظيف المنتجات وتكييفها وتعبئتها .

والمخطط التالي يبين علا قات شبكة مراكز التكييف والتسويق



(شكل رقم 17)

المبيان

تدفقات هامة

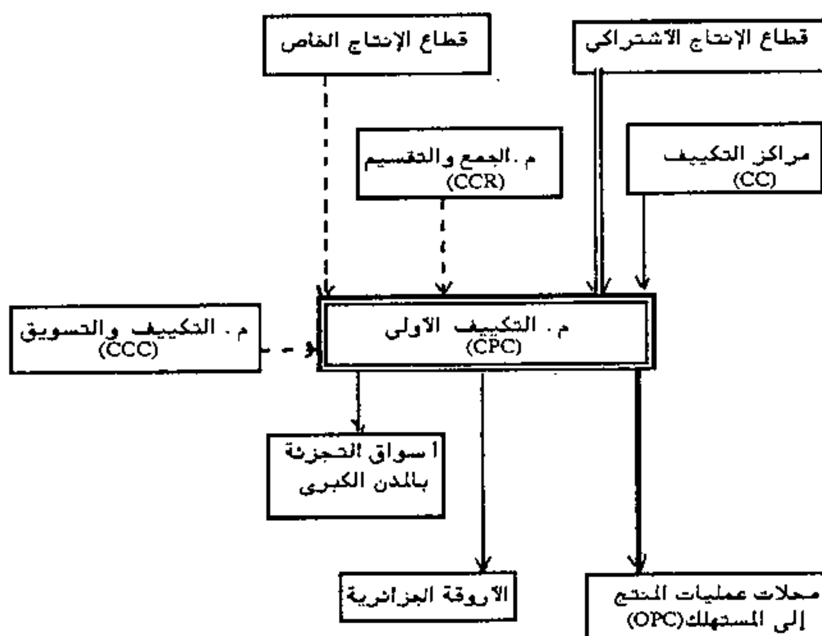
تدفقات متوسطة

تدفقات ضعيفة

من حيث موقعها من الهيكل الهرمي لشبكة تسويق الديوان الجزائري للخضر والفواكه، فهي تقع على نفس مستوى مراكز التكييف والتسويق (C.C.C)؛ إلا أن الإختلاف يكون في عدم وجود أية إستغلالة زراعية ملزمة بالإرتباط بها، بالرغم من أنها تتمون بصورة أساسية من وحدات الإنتاج الإشتراكي؛ وبنسبة أقل «بفروق الفرز» المتأتية من مراكز التكييف. كما تتلقى بصورة إستثنائية من مراكز التكييف والتسويق (CCC). وفي حالة ما تتمون من القطاع الخاص، فيكون ذلك من قبل المنتجين الخواص مباشرة.

في حين أنها تتكلف بالقيام بعمليات التكييف الأولى المتضمنة لعمليات غسل المنتجات، تجفيفها، ووضعها في العبوات المناسبة ليسهل اقتناؤها من قبل المستهلك ، وتموين بها محلات « عمليات من المنتج إلى المستهلك » بنسبة عالية، والأروقة الجزائرية بنسبة أقل؛ بالإضافة إلى تموين نقاط البيع التابعة للديوان. وعادة ما تملك مراكز التكييف الأولي تشكيلة واسعة من المنتجات.

والمخطط التالي يبين علاقات شبكة مراكز التكييف الأولى



(شكل رقم 18)

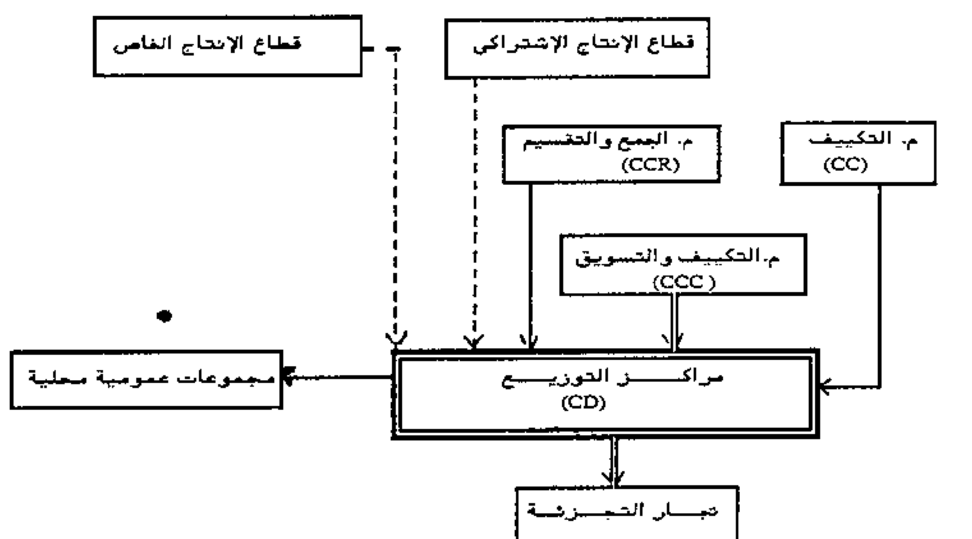
البيان
تدفقات هامة
تدفقات متوسطة
تدفقات ضعيفة

5 . 2 - مراكز التوزيع (م.تو) Les Centres de Distribution (CD) :

يبلغ عدد مراكز التوزيع خمسون مركزا منتشرة عبرالتراب الوطني. تتمون هذه المراكز بصورة مبدئية من مراكزالجمع والتقسيم (C C R)، مراكز التكييف (C C) ، ومن مراكزالتكييف والتسويق المختلفة. لكنها تتمون بصورة أساسية من طرف مراكز التكييف والتسويق التي تتبعها؛ بيد أنه و لأسباب إقتصادية يمكنها أن تستقبل مباشرة منتجات بعض مزارع التسييرالذاتي باسم مراكز التكييف والتسويق؛ وعند هذه الحالة، فالأمر يتعلق بتصريف المنتجات مباشرة من قبل مراكز التوزيع نفسها؛ كما يمكن أيضا لمراكز التوزيع أن تستقبل أحيانا مباشرة إنتاج القطاع الخاص.

في حين أن مراكز التوزيع لا تنشيء علاقات تبادلية فيمابينها. وفيما يخص عملية التصريف، فهي توجه بنسبة هامة إلى تجار التجزئة، وبنسبة أقل إلى المجموعات المحلية. كما أن مراكزالتوزيع، لم يكن مقررا التبادل فيما بينها.

المخطط التالي يبين علاقات شبكة مراكزالتوزيع Les Centres de Distributions (C D)



(شكل رقم 19)

البيان
تدفقات هامة
تدفقات متوسطة
تدفقات ضعيفة

ويمكن إستنتاج ماسبق أن :

. مراكز التكييف (CC) ومراكز الجمع والتقسيم (CCR) متخصصة في استقبال وتكييف وتوزيع منتجات الخضر والفواكه.

. مراكز التكييف والتسويق (CCC) تقوم باستقبال المنتجات و تكييفها وتوزيعها وبيعها .

. مراكز التكييف الأولى (CPC) تقوم بنفس العمليات التي تقوم بها مراكز التكييف والتسويق (CCC) وذلك بالنسبة للهياكل التي تقع بالمناطق ذات الكثافة السكانية.

. مراكز التوزيع (CR) تقوم بالأساس، بعمليات البيع.

ثانيا: تنظيم هيئات تسيير الديوان

1 ـ مجلس الإدارة :

تجنبا للمركزية البيروقراطية في إتخاذ قرارات التسييرمن قبل مسؤول واحد على رأس إدارة الديوان الجزائري للخضروالفواكه، علاوة على ارتباط نشاط التسويق بتموين بعض القطاعات الآخرى كالصناعات التحويلية، دفع المشرع الجزائري إلى إشراك جهازين في تسييرالديوان. ذلك ماتشير له المادة 11 من قانون إنشائه؛ حيث تنص ما يلي «يدير الديوان مجلس إدارة، ويسير من قبل مدير عام». لكن هذا لايعني أن مجلس الإدارة هوالذي يقررالسياسة العامة فيما بين القطاعات، باعتبار أعضائه يمثلون مجموعة من القطاعات، بل إن نشاط مجلس الإدارة يبقى خاضعا للقرارات السياسية والإقتصادية التي تصدر على مستوى أعلى كالحكومة، الوزارة، من أجل إعطائه التوجيهات والآوامر بصورة عامة أو دقيقة.

1.1 - تشكيل مجلس الإدارة :

يعين أعضاء مجلس الإدارة بمرسوم، باقتراح من السلطات التي يمثلونها. في حين أن رئيس مجلس الإدارة يعين بمرسوم باقتراح من وزير الفلاحة والإصلاح الزراعي.

يتكون مجلس الإدارة من 23 عضوا، كالتالي :

. أربعة ممثلين لوزارة الفلاحة والإصلاح الزراعي.

. ثلاثة ممثلين لوزير الدولة المكلف بالمالية والتخطيط، من بينهم الرئيس المدير العام للبنك الوطني الجزائري.
. أربعة ممثلين لوزارة التجارة، من بينهم مدير الديوان الجزائري للنشاط التجاري (OFALAC).
. ممثل للوزيرالمكلف بالصناعة .
. ممثل وزير الشؤون الخارجية .
. ستة ممثلين للمنتجين الفلاحيين، يعينون بناءا على اقتراح وزيرالفلاحة والإصلاح الزراعي.
. أربعة ممثلين للمستخدمين.

2.1 - تسيير مجلس الإدارة :

يجتمع مجلس الإدارة في دورات عادية مرتين على الأقل في السنة، بناءا على طلب من رئيسه. على أن تنعقد إحدى هذه الدورات عند بداية كل موسم بصورة إلزامية، قصد فحص حالة التقديرات المتعلقة بالنشاط، خلا ل الموسم.
كما تنعقد دورات إستثنائية بناءا على طلب من رئيس المجلس ، أو من نصف أعضائه، أوبناءا على طلب من المدير العام.

يحضر جلسات دورات مجلس الإدارة كل من المدير العام، المراقب المالي، والعون المحاسب باصوات إستشارية؛ ويمكن للمجلس أن يستمع لكل شخص كفء من شانه أن ينيره في مداولاته.

أماجدول الأعمال الخاص بكل جلسة، فيتم إعداده من طرف رئيس مجلس الإدارة ، باقتراح من المدير العام، وموافقة مجلس الإدارة عند بداية كل جلسة.

يتولى المدير العام كتابة الجلسات؛ ويوقع محاضرها كل من الرئيس وعضوان من مجلس الإدارة و ترسل نسخة منها إلى الوزيرالوصي؛ على أن تنفذ بحكم القانون قرارات المجلس، بعد إنقضاء ثلاثين يوما من إرسالها إلى الوزير الوصي.

3.1 - مهام مجلس الإدارة :

« يحدد مجلس الإدارة التوجيه العام للديوان، ويتولى أو يرخص في كل الأعمال اللازمة لإنجازالمهمة، وكذا التسييرالإداري والمالي للمؤسسة...» المادة 17. كما تتضمن نفس المادة مداولة المجلس حول التسييرالعام والتنظيم الداخلي للديوان القانون الأساسي، النظام المحاسبي والمالي، القوائم التقديرية بإيرادات

ومصاريف الديوان؛ بالإضافة إلى تناول البرامج السنوية أو لأكثر من سنة للإستثمارات والقروض المتوسطة والطويلة الأجل، الحسابات السنوية للديوان، وتخصيص الفائض المالي المحتمل.

في مجال التسويق، يختص بتقديرات التسويق وبرامج المشتريات وبرامج المبيعات وتوزيعها بين السوق الداخلية والسوق الخارجية ووحدات التحويل الصناعي، ومعالجة الإقتراحات المعروضة من قبل الوزيرالوصي المتعلقة بتوجيه الإنتاج وتنظيمه وتحديد حدود الأرباح الخاصة بالتسويق.

2 - المدير :

يقوم بتسيير نشاط الديوان الجزائري للخضر و الفواكه مدير يعين بمرسوم .

2 . 1 - تعيين المدير :

يتم تعيين المديرالعام بناء على إقتراح من وزيرالفلا حة والإصلاح الزراعي.

2 . 2 - مهام المدير العام :

من مهام المديرالعام علاوة عن مشاركته في مجلس الإدارة، يقوم بتسيير النشاط الجاري للديوان، وتنفيذ قرارات مجلس الإدارة. يبرم كل عملية تجارية لصالح الديوان. يباشر ويأمر بصرف نفقات الديوان. كما يمارس سلطته على مجموع المستخدمين وفقا للقانون الجاري به العمل. يمثل الديوان أمام العدالة.

المبحث الثاني

تحليل نشاط الديوان

تقديم :

إن تحديد الأهداف الجديدة للديوان قد رافقها إعادة تنظيم لهياكل التسويق. ولسيرنشاطها بصورة يمكنها الإستجابة باكثر فاعلية للمها م الجديدة للديوان، كما بينا سابقا، فإن إعادة التنظيم هذه قد تمت بصورة تدريجية؛ ولم يكتمل هذا النظام الجديد إلا في حدود نهاية 1970. قبل هذا، كان الديوان يشتغل بنفس الهياكل والمبادىء التي ورثها عن نظام الإتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية للتسويق.

وباستكمال الديوان الجزائري للخضروالفواكه لبناءنظامه للتسويق، يكون قد أحدث تحولات أساسية على مستوى وظائف الهياكل، ومبادىء تشغيلها؛ ومن ثم تنمية العلاقات فيما بينها من جهة، وبينها وبين وحدات قطاع الإنتاج الإشتراكي من جهة أخرى؛ وهو ما أثر على نشاط التسويق بشقيه الداخلي والخارجي على حد سواء.

أولا : التطور النوعي في وظائف وتسيير الديوان

1 - التطور النوعي في الوظائف :

لقد عرفت وظائف شبكة التسويق الجديدة للديوان الجزائري للخضر والفواكه تحولات تميزت بوضعها لمجموعة هامة من مراكز التسويق المنتشرة عبر مناطق البلاد، سواء بالمواقع القريبة من الإنتاج لضمان تصريف إنتاج القطاع الإشتراكي في أحسن ظروف وباقل تكلفة ممكنة، أوبالمواقع التي تعتبر فقيرة في الإنتاج على مستوى ولايات الشرق أو الجنوب، التي أصبح يسوق بها العديد من ملايين الأطنان من منتجات الخضروالفواكه كل عام .

كما أن وظائف هذه المراكز، تتميز بجانب كبير من التخصص لم تالفها وظائف النظام السابق للتسويق، بحيث أصبح كل مركز يقوم باستقبال المنتجات، ليعمل على معالجتها، ومن ثم تصريفها . وهذه العملية تعتبر سياسة جديدة، إعتمدها الديوان في مجال تصريف المنتجات، خاصة منها الموجهة للتسويق الداخلي، حيث تم تجهيز مراكز الجمع والتقسيم (CCR) الموجودة على مستوى كلّ ولاية بعتاد التكييف للقيام بعملية تكييف المنتجات المسوقة بالسوق الداخلية في إطار تحقيق الإستثمارات المخططة ؛ بالإضافة إلى حصولها على المحطات القديمة للتسويق حتى يمكنها إنجاز برامج التكييف على مستو ى السوق الداخلية.

وتشير وثيقة وزارة التجارة: « أن بعض مراكز التكييف و التقسيم (CCR)التي من بينها مركز الأرز(Centre des Cèdres)، القريب من الحراش وهو يتحكم في 20 % من الكمية الإجمالية، تعمل حاليا على تكييف منتجات المزارع المسيرة ذاتيا قبل تسليمها إلى مراكز التوزيع المكلفة بتصريفها؛ وأن برامج التكييف بالنسبة للسوق الداخلية، سوف تتكثف شيئا فشيئا، وذلك بإنجاز الإستثمارات المخططة ، و بتدعيم مراكز التكييف و التقسيم »
.(31-D. M du C .1973. P. 133)

وإذا كان جميع أنواع المراكزالخمسة تقوم بوظيفة التكييف الجديدة للديوان، فإن الأمر يختلف بالنسبة لكل مركز من حيث مصدر حصوله على المنتجات. إذن ، فما هي الوظائف المكلف بها ؟ و إلى أين سيوجه تلك المنتجات. ذلك هو موضوع تخصص مراكز التوزيع؛ تخصص متطورا جدا بالنسبة لوظائف المراكز التي تناولناها سابقا، وبينا العلاقات الوظيفية التي تربطها فيما بينها.

وهوتقسيم عمل وظيفي يتسم بجانب كبير من التعقيد، إن فروق الفرز التي تتحقق على مستوى مراكز التكييف (CC) تصل إلى مراكز التوزيع(CD)، بواسطة مراكزالتكييف والتسويق (CCC)، قبل أن توضع تحت تصرف تجار التجزئة أو المجموعات العمومية المحلية.

فمثل هذا الشكل من التنظيم للتسويق يتطلب مجموعة من عمليات المناولة (Manipulation). إن تداول السلع تزيد من حدة تكاليف التوزيع، وأن أدنى ضعف على مستوى أحد هذه الأجهزة، بدون شك يؤدي إلى التبذير، أو إلى إتلاف في منتجات الخضر والفواكه.

وفعلا ذلك ما كان يحدث عادة؛ ويترتب عنه ضياع كميات هامة، يفقدها الإقتصاد الوطني .

إن التسييرالجيد لمثل هذا النظام، يستدعي درجة عالية من التنسيق بين هياكله، ويعزا ذلك لعدم كفاءة التاطير؛ بالإضافة إلى طريقة عدم الترغيب المطبقة في عملية التوظيف بالديوان لتنفير استخدام الكفاءات ذات المهارة العليا، إذ بقي الديوان يسير بتشكيلة من المتسخدمين بالكاد يحسنون القراءة والكتابة .

2 - التطور النوعي :

إن إعادة النظر في تنظيم نشاط التسويق في صورته الجديدة باستحداث الديوان الجزائري للخضروالفواكه، تتميز أجهزته بالتخصص وتقسيم العمل، من خلال الوظائف وطبيعة المهام التي أنيطت بكل منها، والتي تتميز كذلك بالإنتشارالواسع على مستوى التراب الوطني ، خاصة بمناطق تعتبر فقيرة في الإنتاج بشرق البلاد وجنوبه؛ بالإضافة إلى تدعيم شبكة التسويق الخارجية، بإنشاء مجموعة من الفروع بالخارج، زيادة عن تلك التي ورثها من النظام السابق، من أجل تنمية الصادرات الوطنية.

لقد توسعت العلاقات بين المراكز، وازدادت درجة تشابكها؛ وبالتالي تعقيدها، وهو ماتطلب البحث في أسلوب جديد يجنب مآخذ التسيير السابق، بغرض الرفع في إمكانيات كفاءة التسيير في إطار نظام الديوان الجديد؛ وهو ما حدا بالسلطة السياسية إلى إعتماد هيئة تسييرعليا هي«مجلس الإدارة » كما أشرنا إليه سابقا؛ يتكلف أساسا بالتوجيه والمراقبة. بذلك يكون قد تم تحقيق إنجاز هام في إمكانيات تحسين التسيير، بعيدا عن روح المركزية الشديدة، التي كانت مهمة التسيير فيها حكرا على شخص واحد وهو المدير .

أما من ناحية التركيبة البشرية لهذا المجلس، فنجد أن أعضاءه يتوفرون على مستوى ثقافي رفيع، يؤهلهم من تحليل الواقع الملموس وتصورالحلول المناسبة ، وإبداء أرائهم حول القرارات المتخذة بشان تسيير نشاط التسويق؛ وهوعلى خلاف ممثلي القطاع الإنتاجي، الذين كانوا يشاركون في تسييرنشاط التسويق، وغالبيتهم لاتحسن القراءة والكتابة.

ومن باب عدم الإنحياز والموضوعية في التسيير، واتخاذ القرارات، فإن أعضاء هذا المجلس، ينتمون إلى مجموعة من القطاعات لها علاقة مباشرة

بالنشاط الزراعي، والتي يمكن إعتبار أعضائها بمثابة عناصر البيئة المحيطة بالنشاط الفلاحي، بخلاف التنظيم السابق، الذي يركز على ممثلي القطاع الإنتاجي بصورة أساسية .

في حين أن دور المدير، علاوة عن عضويته بمجلس الإدارة ، فهويقوم بتنفيذ قرارات مجلس الإدارة على أرض الواقع، من خلال النشاط الجاري للديوان.

غير أن هيئات المركز، لم تستطع أن تلعب دورها كما ينبغي فيما يخص تقديم الإستشارة والتوجيه، والمراقبة للمديريات الجهوية، والمراكز، والفروع الخارجية، من أجل تجسيد هذا النظام على الواقع العملي، نظرا لتلك الصعوبات التي أفرزتها الممارسة العملية.

ثانيا : تحليل تسيير الديوان

لقد واجه الديوان في تسييره جملة من الصعوبات من طبيعة داخلية حالت دون تنمية نشاطاته وتطوره، بسبب ضعف التناسق بين هيئات التسيير من جهة، وضعف نشاط هياكل الإشراف والمراقبة، علا وة عن ضعف كفاءة المستخدمين من جهة أخرى .

1 - من جانب هيئات التسيير :

إن الصلاحيات الهامة التي منحها تنظيم هياكل الديوان لمجلس الإدارة، والتي تستجيب لمتطلبات التسييرالديمقراطي للمؤسسات المنافية لمركزية التسيير، لاسيما بالنسبة لنشاط استراتيجي كالتسويق لم يتم تحقيقها. إذ أن الواقع العملي خلق ظروفا مغايرة، من شانها صعبت تنفيذ تلك المهام؛ مما جعل مجلس الإدارة عبارة عن هيئة مشتركة تستشارحول النشاطات المعهود القيام بها من طرف الديوان، ويبدي فيها المجلس آراءه من خلال أعضائه الممثلين للوصاية التي ينتمون اليها، دون العمل على إقرارها بصورة إلزامية؛ وأن المدير هو المسؤول الحقيقي الوحيد على تسييرنشاط الديوان؛ فالقرارات المتخذة والتحكيم في حالة الخلافات بين الديوان والغير، تتم على مستوى أعلى، هو مجلس الوزراء، العلاقات بين الوزارات، لتاتي فيما بعد إلى المدير في شكل أوامر من أجل تنفيذها .

من ذلك، يتبين أن مجلس الإدارة ليس له وظائف جديرة؛ بل هيئة تم

إنشاؤها دون إعطائها أي دور نافذ حقا. إذن، بالرغم من وجود هذه المهام بالنصوص، فإنه لايمارسها؛ لذا يعتبر هيئة خيالية ليس لها وجود. فعال.

إن السبب في هذه الوضعية يمكن أن يرجع إلى نصوص القانون المنشئة للديوان التي لم تفترض أية عقوبة أوضغط على المدير من قبل المجلس ، في حالة عدم الإتفاق حول تسيير إدارة الديوان؛ كما أن هذه النصوص لاتفترض أي تدخل للمجلس في تعيين المدير أوإبعاده، مما جعله يرتبط بصورة مباشرة بسلطة الوزير الوصي .

وأن الأخذ بالفكرة القائلة بسيادة مسؤول واحد في مجال تسييرالديوان بتلك الصلاحيات الواسعة ليس ما يبررها؛ خاصة وأن تدخل مجلس الإدارة لايتم إلا في بعض الفترات من نشاط الديوان، مرتين فقط عند بداية ونهاية الموسم.

كما نلاحظ خلال تلك الفترة، بروز ظاهرة على مستوى الحياة السياسية، تتعلق بعدم المعارضة الشديدة من أجل المصادقة على النصوص؛ لكنها غالبا ما تجمد على مستوى تطبيقها.

2 . 1 - هياكل الإشراف والمراقبة :

تعتبر هياكل الإشراف والمراقبة الجهوية منها والولائية، أداة للربط بين الجهازالمركزي من أعلى، والأجهزة التنفيذية من أسفل للديوان؛ حيث تقوم بضمان متابعة تنفيذ القرارات وبرامج التسويق المعدة من قبل الجهاز المركزي، والموجهة إلى الأجهزة العملية بقصد تنفيذها؛ كما تضمن أيضا من جهة أخرى، عملية جمع المعلومات من أسفل من مراكز التسويق، وتبليغها إلى مقرالديوان، من أجل تحليلها والبت فيها.

غير أن سوء التنظيم الداخلي لهياكل الإشراف والمراقبة، قد صعب من تحقيق الأهداف الجديدة المسطرة لهذه الهياكل، والذي يعزا إلى الإفتقار للمؤهلات البشرية الكفاة، الضرورية والقادرة على جعل هذه الهياكل تلعب دورها الكامل المنوط بها في اطار لامركزية التسيير؛ كما ساهم في تردي الوضعية أيضا الإبقاء على التسيير بنفس هياكل المفتشيات الجهوية الموروثة عن النظام السابق للإتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية للتسويق، التي لم تعد ملائمة للإستجابة إلى المتطلبات الجديدة؛ مما انعكس سلبا عن وضعية نشاط مراكز التسويق التي تميزت بسوء التسيير وكثرة الإختلاسات؛ إذ أصبح بإمكان أي مدير مركز أو أي عامل بسيط يقوم بعملية البيع على حساب

الديوان دون أدنى مراقبة .

2.2 - الهياكل العملية للتسويق :

لقد عرف توزيع الإنتاج على مستوى التراب الوطني تمسنا ملحوظا بفضل انتشار الهياكل العملية الجديدة للتسويق وتخصصها؛ غير أن اختيار المواقع لم يكن ليتم على أساس علمي مضبوط، يراعي فيه مدى توفير شروط تحقيق الجدوى الإقتصادية فيما يخص الإنتاج والإستهلاك؛ بل قد تم على أساس التجربة بصورة سريعة؛ وغالباً ما كانت مقرات نشاطات هذه المراكز عبارة عن محلات قائمة؛ أجريت عليها بعض الترميمات دون أن تجعلها قابلة لاستجابة المتطلبات العملية لنشاط التسويق .

كما أن التخصص الذي أصبحت تتميزبه، أوجد بها شبكة معقدة من العلاقات يتطلب تسييرها مستخدمين يتوفرون على درجات عالية من الكفاءة والمهارة ؛ وهي العقبة التي اعترضت سبيل تسيير وحدات التسويق. إذ بالرغم من استحداث أسلوب جديد للتسيير بتحديد معاييرجديدة له يتم بموجبها مكافاة مراكزالتوزيع، ومراكز الجمع والتقسيم، وفق رقم الاعمال المحقق، على أن مراكز التوزيع التي تحقق أحسن مبيعات لها تكون هي المفضلة في توزيع منتجات مراكز الجمع والتقسيم؛ في حين أن نفقات تشغيل هذه الأخيرة تقدر حسب الأهداف الأساسية المسطرة لها في المخطط . وأن ضعف تاهيل المستخدمين، أدى إلى عدم التحكم في التسيير؛ الأمرالذي إنجر عنه زيادة في ارتفاع نفقات التسويق .

3 - من جانب المبادلات بين مراكز التسويق :

إن التوسع في المبادلات بين مراكز التسويق من شانه أن يدعم تشكيلة متكاملة من المنتجات تقدمها مراكز التسويق لبعضها البعض، وبالتالي للمستعمل النهائي، والتقليص في عدد الوسطاء الخواص؛ ومن ثم التقليص في تكاليف التسويق.

ولقد حاول الديوان تحقيق ذلك من خلال نشره لهذه المراكزبصورة أوسع، من تعاونيات التصريف السابقة، التي أصبحت تمون مختلف مناطق البلاد بصورة منتظمة نسبيا، قصد تحقيق الإستقرارفي مستوى الأسعاربين مختلف تلك المناطق، باعتبارذلك أحسن مكافيء للمنتجين.

ولقد أعطى تنظيم الديوان للتبادل بين المراكز دفعا جديدا إلى الأمام، بعد الوضعية السيئة التي كان عليها سابقا؛ فمثلا « خلال الموسم 1969/68 قدرت نسبة التبادل بين مراكز التسويق ب 14% من إجمالي كميات منتوج البرتقال المسوقة بالسوق الداخلية (19-A.Sarni.1984. P113) .

وجاء هذا بعد إلغاء مبدإ العمولة، ومبادلة المنتجات فيما بين مراكز التسويق، إذ أن مبدأ العمولة كان يعيق السيرالعادي للمبادلات فيما بين المراكز؛ حيث تم تعويضه بأسلوب أسعار المرسوم، المبني أساسا على تكلفة الإنتاج. كما أن الديوان قد أنجزشبكة سريعة للإعلام التجاري بتجهيز جميع مراكز الجمع والتقسيم بالهاتف والتليكس ، بغرض زيادة تنمية المبادلات عن بعد.

كما إتجه الديوان نحو تطبيق أسلوب توحيد نمط للمنتجات، وتوحيد نمط العبوات؛ بالرغم من أن العملية محدودة إلا أنها تعتبر هامة .

و ما نلاحظه أيضا أن التوسع في إنتشار المراكز وتخصصها، زاد من طول شبكة التسويق و تعقيدها، أكثرمن تلك التي كانت موجودة.

4 - من جانب تاهيل المستخدمين :

كان من المفروض أن يكون المستخدمون بالجهازالمركزي للديوان من فئات الإطارات العليا والمتوسطة و أعوان كفاءة (Agents de Maitrise) ، بيد أن الديوان بقي يعاني من نقص في عدد الإطارات الكفاة؛ إذ يبدو منذ بداية نشاته لم يكن ليهتم بتسخيرالمهارات، إذ نجد أكثرمن 3/4 (ثلاثة أرباع) من المستخدمين بالمقر المركزي، هم عبارة عن أعوان مكاتب بسطاء، يعرفون بالكاد القراءة والكتابة. ولم تتم أية مراقبة جيدة في مجال التسيير. وفي غمرة سوء التنظيم الداخلي لها، فإن تحويلات مديري الوحدات، كان يزيد الغموض أكثر ما هو يحدث أي أثر للتطهير.

«فالنشاطات النقابية كان عليها أن تمارس أثراإيجابيا فيما يتعلق بالتسيير ، بالخصوص أثناء مرحلة أنطلاق الديوان ، إلا أنها قيدت لأسباب متنوعة » (31-D.M.du C.19773.P138) .

إن هذه العوامل أعطت صورة مشوهة للديوان؛ وهناك العديد من الأسباب منعت المستخدمين المؤهلين من دخولهم الديوان، تتعلق باحتكار السلطة، المحاباة، وغيرها.

5 - من جانب التسيير المالي :

لتجاوز الصعوبات الموروثة عن التسيير المالي لهياكل التسويق السابقة، قامت مصالح وزارة الفلاحة والإصلاح الزراعي، بمشاركة البنك الوطني الجزائري، بإعادة النظر في الهيكل المالي للديوان الجزائري للخضر والفواكه، بوضع أسس تنظيم مالي جديد، وتجهيزه بوسائل التسيير المالي الضرورية، التي تمكنه من أداء الأهداف الموكلة له من قبل الدولة.

من ذلك، أصبحت موارد مبيعات المنتجات، سواء تلك التي تتم على مستوى السوق الداخلية أوالخارجية، تحول باستمرارإلى حساب مصرفي معتمد لدى البنك الوطني الجزائري؛ وأن الأموال المخصصة لتسوية مشتريات المزارع المسيرة ذاتيا لم تعد لتتحول عن غرضها.

كما صار لوحدات الديوان حساب مصرفي للتسيير، يغذى عن طريق تقدير المخططات المالية الفصلية المعتمدة من قبل البنك الوطني الجزائري، من خلال وضعه للميزانيات التقديرية الشهرية للتسيير.

وفيما يخص تسوية مبيعات منتجات المزارع، فإن ذلك تنظمه التعليمة الرئاسية التي تربط وزارة الفلاحة والإصلاح الزراعي بالبنك الوطني الجزائري (32-Instruction N°2701 du 30/10/1972)، حيث يتم إعداد الفواتير من قبل التعاونيات الفلاحية للمحاسبة والتسيير، وتحويلها كل شهر إلى الديوان، وإرسال نسخة منها إلى البنك الوطني الجزائري، بعد أن كان قد تم إعدادها من طرف مراكزالتسويق، عن طريق شرائها من وحدات الإنتاج الإشتراكي. فبمجرد تلقيه لتلك الفواتير، يعد الديوان ثلاثة أوامر إجمالية بالتحويل بالنسبة لكل ناحية لصالح المنتجين؛ حيث أن البنك الوطني يضمن عملية المراقبة، ويعد جداول بكل وكالة، لفائدة المزارع المسيرة ذاتيا مباشرة.

وبتلك العملية تكون كل الشروط متوفرة لتسوية فواتير المزارع في الأجال القانونية.

بالرغم من التقدم الملحوظ في ميدان التسيير المالي، إلا أن الممارسة العملية، قد أظهرت بعضا من النقائص في مجال نشاطات التسيير المالي للديوان؛ فالمنتجون يعيبون عنه التاخيرات في تسوية قيمة فواتيرهم بكميات المنتجات، وكذا عدم إعلامهم بصورة موضوعية حول تكاليف التسويق.

تشير وثيقة وزارة التجارة «أن الديوان قد دفع كلية قيمة تسليمات المنتجات للموسم 1971/70، 71/ 1972 وقريبا سيدفع كامل تسليمات موسم

72 / 1973؛ فالتأخيرات الحالية ناتجة عن عدم تحويل الوثائق الأساسية في آجالها من قبل الديوان إلى الإتحادات الجهوية للتعاونيات الفلاحية للمحاسبة العامة (URCACG) بسبب عطبها أو لنقائص على مستوى تلك الإتحادات »
. (31-D .Ministere du Commerce 1973. P 140 et 141)

المبحث الثالث

تحليل العمليات التجارية و التوزيعية

تقديم :

يعتبر تسويق منتجات الخضروالفواكه، موضوع نشاط الديوان الجزائري للخضر والفواكه والغرض من إنشائه .كمايعتبرميدانا لقياس مدى فعالية هياكل التسويق لهذا الديوان من خلا ل النتائج المحققة على مستوى السوق الداخلية والخارجية .

وسوف نتطرق إلى تحليل العمليات التجارية المتعلقة بالنظام الجديد للأسعار، والى آليات تطبيقه؛ ثم بعد ذلك سنتناول جانب العمليات التوزيعية الخاصة بعمليات المبادلة بالسوق الداخلية والخارجية .

أولا : العمليات التجارية

1 - النظام الجديد للأسعار :

بإنشاء الديوان الجزائري للخضروالفواكه، أستحدث مبدء جديد في وضع الأسعار، بدلا من مبدء العمولة، الذي كان معمولا به في ظل النظام السابق للتسويق الذي ترتب عنه خروج جانب هام من كميات منتجات المزارع المسيرة ذاتيا على مسار قطا ع التسويق الإشتراكي ، مفضلة قطاع التسويق الخاص.

فنظام الأسعارالجديد المطبق من طرف الديوان الجزائري للخضروالفواكه، يرتبط بنوعين من الأسعار، هما أسعارالمرسوم (أسعارالإنتاج)، وأسعار الجملة.

1 . 1 - أسعار المرسوم (أو أسعارالإنتاج) :

إن تطبيق أسعارالمرسوم الجديد ة (هي نفسها أسعارالإنتاج أو الأسعار المباشرة)، قد أحدثت آثارا إيجابية على نشاط التسويق؛ إذ لم تعد الأسعار المدفوعة للمنتجين تتحدد بعد بيع منتجاتهم من قبل وحدات التسويق واقتطاع

منها تكاليف التسويق، بل أصبحوا يدركونها بمجرد تسليمها؛ وذلك من خلا ل مرسوم الأسعار الذي يضبط من قبل الوزارة الوصية، في شكل قائمة بالمنتجات الهامة؛ حيث يراعى فيها ضمان أسعار التكلفة التي تدخل ضمن عملية الإنتاج، والتي لايجوز الإتفاق على دونها. هذا المبدأ يساعد و يشجع وحدات الإنتاج على الإستمرار في نشاطها.

كما تم إعتماد معايير جديدة، على أساسها، يمكن الرفع من أسعار المنتجات ، وهي معايير تتعلق بفترة وصنف وجودة كل نوع من هذه المنتجات.

إن اعتماد الفترة التي يسلم فيها المنتوج إلى وحدات التسويق، يعتبر هاما من الناحية الإقتصادية، حيث يشجع على التوسع في المنتجات المبكرة التي تكون أسعارها أكثر مكافاة من أسعار المنتجات الموسمية بسبب ندرتها؛ وهي عادة ماتوجه للتصدير نحو أوروبا، حيث لم يبدأ فيها جني الإنتاج بعد.

كما أن العمل بمعياري الصنف والجودة، من العوامل المشجعة على تحسين النوعية، وخلق إمكانيات وقدرات تنافسية للمنتجات الوطنية بالأسواق الأجنبية. فترتب المنتجات بعد فرزها حسب أ صنافها، ودرجات جودتها حيث استحدث بها ثلاثة درجات تصنيف هي : إختيار أول (1er Choix) إختيار ثاني (2eme Choix) إختيار ثالث (3eme Choix) . وقد أصبح، على أساسها، يتم تحديد أسعار المنتجات من الخضر والفواكه .

إن نظام الأسعار الجديد هذا، أدى إلى تغيير طبيعة العلاقة بين المنتجين والديوان؛ إذ أصبحت أي هذه العلاقات تجسد في إطار الإتفاقيات النموذجية المصادق عليها من قبل وزارة الفلاحة. يضبط فيها جدول زمني لتسليم المنتجات، تحدد أصناف المنتجات، نوعيتها، وأسعارها. الأمر الذي أدى إلى الزيادة في أسعار المنتجات عند تسليمها للديوان؛ كما تشير له وثيقة وزارة التجارة «إن أسعار الشراء عند الإنتاج في زيادة مستمرة؛ ففيما يخص الموسم 72/ 1973، كانت بمعدل 20% بالنسبة للموسم 1972/71» (31- D. Minist du Comm1973.P.133) .

1 . 2 - سعر الجملة :

وهو السعر الذي تمارسه مراكز التسويق عند تصريفها لمنتجات قطاع الإنتاج الإشتراكي بالسوق الداخلية؛ وعادة مايراعى في تحديد أسعار الجملة أسعار الموسم (أسعار الإنتاج)، أي الأسعار التي تم شراء المنتجات بها من جهة، والأسعار الجارية بسوق الجملة من جهة أخرى، مع الأخذ بعين الإعتبار جانب نفقات

التسويق وإدماج ربحا مكافئا لنشاط التسويق وتحقيق ربح مكافيء أيضا للديوان .

وقد تم تقديرمختلف أنواع النفقات التي يتضمنها نشاط تسويق الديوان (ماعدا نفقات النقل) بالسوق المركزية للجزائر العاصمة، خلال شهر جوان 1971، كالتالي :

طبيعة العملية		٪ من المبيعات	التكلفة : ادج /1 صندوق
- العمولة	Commission	٪6	-
- المناولة	Manutention		0,15
- رسم السوق	Droit du Marché		0,10
- كراء العبوة	Location Emballages		0,15
- إحتياطات	Réserves		0,03
- غير مباع ومخزونات	Invendus, Stocks		

المصدر : (33-J.P. FLAMAND .1971.P35)

(جدول رقم 23)

فبالرغم من العوامل المذكورة أعلاه، التي تدخل ضمن نفقات التسويق، والتي يمكن أخذها بعين الاعتبارفي تحديد سعر الجملة بالديوان، نجد في الواقع العملي أن هذا السعر يتم تحديده وفق ظروف العرض والطلب؛ وبالتالي فهو يتأثربسعرالجملة في القطاع الخاص. وعليه فإن سعرالجملة الذي يبيع به الديوان، باعتباره سعرا يتاثر باحوال سوق الجملة الخاص، بالإرتفاع أو الإنخفاض؛ وقد يكون بالنسبة للمنتوج الواحد، أقل من السعرالمضمون، أومعادلا له أو أعلى منه. سنتناول ذلك في بند آلية تطبيق نظام الأسعار الجديد .

2 - آلية تطبيق نظام الأسعارالجديد :

أصبح يطبق الديوان نظاما للأسعار عند المنبع والمصب. يتعلق على التوالي باسعار الإنتاج المضمونة (أسعارالمرسوم)، بالنسبة لنفس المنتوج، وصنفه، وجودته، وفترة تسليمه و يمكن القول أنها ثابتة على الأقل خلال نفس الفصل. والأسعارالتي يحصل عليها الديوان حيث تعتبر متغيرة حسب ظروف السوق،

ايمكن أن تكون أقل من أسعار الإنتاج المضمونة أومعادلة لها أو أعلى منها. و سوف نتطرق لذلك فيما بعد.

2 . 1 - في حالة أسعارالجملة أقل من أسعارالإنتاج :

إن الديوان يبيع باسعارالسوق الجارية. ففي حالة ما إذا كانت أسعار الجملة للديوان أقل من أسعار الإنتاج التي يشتري بها من وحدات الانتاج، فإن الفرق بين السعرين سيتحمله الديوان، على أن يسترجعه فيما بعد من قبل صندوق التعويضات، المنشيء على مستوى الديوان من أجل مواجهة الفروق الكبيرة في السعرين. وهذا الصندوق يمول إما من إقتطاعات إيرادات المبيعات السابقة عندما تكو ن الأسعار أعلى من الأسعار المضمونة، وإما يمول عن طريق أموال التدعيم المقدمة من طرف الدولة.

2 . 2 - في حالة أسعارالجملة معادلة لاسعارالإنتاج :

تكون الأسعارالمقدمة للمنتجين من طرف الديوان معادلة تماما للأسعارالتي يبيع بها، وذلك بعد إقتطاع مختلف أنواع نفقات التسيير وأعباء التكييف التي تكلف بها الديوان و المراكز التابعة له.

2 . 3 - في حالة أسعارالجملة تفوق أسعارالإنتاج :

في هذه الحالة، من المفروض أن الفائض المحقق يرجع إلى المنتجين بعد إقتطاع جانب من الفائض الصافي قصد تمويل صندوق التعويضات في شكل إستردادات «Ristournes» للمنتجين؛ غير أن ذلك لم يتم من طرف الديوان.

وأن ميكانيزم نظام الأسعارهذا، لم يكن ليتحقق بهذه البساطة، حيث أن مراسيم الموسم المتعلقة بالأسعار المضمونة للمنتجين نادرا ماتتم في وقتها؛ وغالبا ماتظهر بشهر أوثلاثة بعد إختتام الموسم؛ علاوة على أنها لاتأخذ بعين الأعتبار التكاليف الحقيقية للإنتاج، لكونها تتم على أساس تكاليف تقديرية (Normatif) للإنتاج، محددة من طرف المعاهد الزراعية المتخصصة و التابعة لوزارة الفلاحة. و الأسعارالتي يدفعها الديوان للوحدات الإنتاجية أدنى من أسعا رمرسوم الموسم.

خلال الموسم 1971/70 نجد أن قطاع التسويق الخاص يعرض على المنتجين متوسط أسعار أعلى من تلك التي يقدمها الديوان؛

وهوما يبينه الجدول التالي :

و : دج/كلغ م : متوسط

المنتجـــــات		م. اسعار الجملة للديوان	م .أسعار الجملة بالقطاع الخاص	الفرق بالقيمة المطلقة	الفرق ب%
بر تقال	Oranges	0,34	0,58	0,24	% 73
كليمنتين	Clémentines	0,2 4	O,58	O,31	% 112
مندرين	Mandarine	0,23	0,47	0,24	% 99
ليمون	Citron	0,51	0,62	0,11	% 21

المصدر (27 Rapport BNA Cité Par .A.Bouzidi 1977 P.30)

(جدول رقم 24)

أما فيما يخص الخضر، فإن معدل إرتفاع أسعارقطاع التسويق الخاص، بالنسبة لاسعارالقطاع العام خلال نفس الموسم الزراعي (1971/70)، على المستوى الوطني كان 50% للبصل، 42% البطاطة، 39% الجزر، 42% الفلفل الحلو،و 5 % بالنسبة للقرع (27-H-Ait Ziane Cité par A. Bouzidi . 1977.P.3 0).

وبصورة عامة فإن زيادة نسبة الإنتاج المعروضة من قبل القطاع الخاص للتسويق أكبرمن تلك المقدمة من قبل الديوان الجزائري للخضروالفواكه للأسباب التالية :

أ- أن أسعارالمنتجات المحددة بمرسوم الموسم يتم إعدادها بواسطة معايير تقديرية لتكلفة إنتاج الهكتار الواحد، دون مشاركة المنتجين؛ وفي أغلب الأحيان تكون المعايير التقديرية لتكلفة الإنتاج تختلف عن المعاييرالحقيقية لها، علا وة على أن أسعار المرسوم تشمل جميع الإستغلالات الزراعية، ولا تأخذ بعين الإعتبارالخصائص النوعية المتعلقة بكل مجموعة وحدات فحسب، بل على الأقل لكل ناحية من نواحي الوطن .

ب - تعتبر هياكل التسويق في الواقع العملي وفي غالب الأحيان، أسعار المرسوم أسعارا مرتفعة؛ لذلك، فإن الأسعار المدفوعة إلى .وحدات الإنتاج الإشتراكي تكون أقل من أسعار المرسوم.

ج – إن الديوان هو الذي يقررفترة جني المحصول، والإجراءات المتعلقة بعمليات فرزالمنتجات. لذلك يمكنه أن يؤخر أو يقدم تاريخ جني المحاصيل عندما يرى في ذلك مصلحة له ، أوبسبب عدم توفر الوسائل المادية لنقل المنتجات؛ وهذا، طبعا يكون على حساب الإستغلالات الزراعية.

د – غالبا ما تظهرأسعار المرسوم بعد بداية الموسم الزراعي بثلاثة أشهر في المتوسط؛ وحيث أن الديوان يشارك في تحديد هذه الأسعار، فإنه يحاول الحصول على أسعار منخفضة بالنسبة للمنتجات التي يعرف أن قيمة مردوديتها ضعيفة.

ثانيا:تحليل العمليات التوزيعية

1- على مستوي السوق الداخلي :

1.1 - سوق الجملة :

يمكن القول أن نشاط الديوان على مستوى السوق الداخلية للجملة قد حقق أهدافا إقتصادية معتبرة من خلال التوسع في نشاط هياكله المتخصصة، والكميات الهامة من المنتجات التي أصبحت تعالجها؛ إن إدخال عملية التكييف على مستوى نشاط التسويق الداخلي، واستحداث نظام جديد للأسعار لا سيما منه المتعلق باسعار الإنتاج الذي أصبح يحدد حسب أسعار مضمونة عند الإنتاج، ونوعية المنتجات، شكلت عوامل مشجعة من أجل تحسين التسيير والرفع من إنتاجية المزارع المسيرة ذاتيا من جهة، والعمل على تخفيض أسعارالتجزئة، وبالتالي على تخفيض أسعار الإستهلاك قصد حماية القدرة الشرائية لافراد المجتمع .

إن مراكز الجمع والتقسيم (C.C.R)، سابقا التعاونيات المحلية(الجهوية) للتصريف (CORE)، أصبحت تابعة كليا للجهاز المركزي للديوان، ومستقلة تماما عن المنتجين؛ وهوما يفسر العودة مرة أخرى بقوة إلى نظام الديوان، الذي في الحقيقة لم يستطع تماما التخلي عن النظام السابق إلابصورة تدريجية.

« وقد حاول الديوان التخلي عن أساليب التشغيل القديمة، بالنسبة للتعاونيات الجهوية للتصريف، والتعاونيات العمالية للإصلاح الزراعي الواقعة بالأماكن التي تتوفر بها الشروط المناسبة لتطبيق النصوص على الاقل بصورة جزئية »

. (34-S.Bedrani 1977. P 189)

لقد تميز النظام الحكومي للتوزيع بصورة عامة بوجود مراكز للتوزيع على مستوى كل دائرة، مجهزة بحضيرة هامة من الشاحنات ونظام للإتصالات العصرية سواء بالتليكس أو بالهاتف، علاوة على توفر الديوان على مجموعة من الفروع بالخارج . كما تم العمل بتطبيق نمط لمعايرة (Normalisation) المنتجات وفق مرسوم موسم (1971/70) «وابتداء من هذا التاريخ أصبح كل نوع من أنواع المنتجات يتحدد بثلاثة درجات للجودة هي : -إختيار أول (1er Choix) ، -إختيارثاني (2ème Choix) -إختيارثالث (3ème Choix) « (19 - A..Sarni 1984. P.114). وكل واحد من هذه التصنيفات يناسب خصائص واضحة تتعلق بالمظهر الخارجي للمنتوج، عياره (Calibre) ، عرضه (Présentation) عبوته(Emballage) ù وهي معايير (Normes) تتحدد وفق معطيات ظروف السوق الداخلية، الخاصة بالعرض والطلب .

وحيث أن تلبية الحاجات لأفراد المجتمع من منتجات الخضر والفواكه غير كاف: لذلك صار نمط المعايرة دون المستوى، بل أصبح هناك تسامح كبير في عدم احترام تلك المعايير؛ لكنها على الأقل تسمح بتحديد سعر المنتوج حسب د رجة نوعيته. كما استحدث العمل بتطبيق توحيد العبوات الذي كان تعددها يعيق عمليات المناولة (Manutention) بتقليه وفق الضرورة الملحة باختيارنماذج معينة من الصناديق البلاستيكية، واستعمال المسطحات الحاملة للصناديق (Palettisation) التي تسمح بشحن أوتفريغ في آن واحد ثلاثون صندوقا؛ ماساعد على عقلنة نشاط وسائل النقل .

وفيما يتعلق بالمعطيات الكمية، فإن الديوان أصبح يعالج على مستوى السوق الداخلية كمية من منتجات الخضروالفواكه تعادل حوالي الثلث من إجمالي المنتجات المسوقة .(27-A. Bouzidi. 1977.P31) .

وبالرغم من عدم توفر معطيات رقمية، حول نتائج نشاط الديوان، إلا أن البنك الوطني الجزائري يقدم لنا بعض المؤشرات؛ حيث يقدر ديون وحدات الإنتاج على الديوان خلال الموسم 1970/69 ب 30 مليون دج؛ كما يشير أيضا أن السحب المصرفي على المكشوف (Retrait à Découvert) من طرف الديوان، خلال السنوات التالية : (1973, 1972, 1971,1970) يقدر على التوالي ب30 مليون دج ، 100 مليون دج، 156 مليون دج، و 200 مليون دج .

وما تجدر الإشارة إليه، أن البنك الوطني الجزائري هوالذي كان يقوم بالتسيير المالي بالنسبة للقطاع الزراعي العام. وأن مايمكن إستنتاجه أن

تمويل الديوان كان يتم من خلال القيمة التي يبرزها قطاع النشاط الزراعي لاسيما منها قطاع الإنتاج الإشتراكي.

وتشير بعض الإحصائيات إلى أن نسبة التسرب للمنتجات خلال1973/72 على مستوى وحدات الإنتاج الإشتراكي تتراوح مابين 30-40% من إجمالي الإنتاج من الخضر والفواكه؛ حيث تقدر الكمية ب300 ألف طنا. ذلك ماأحدث نتائج سيئة على مستوى السوق الداخلية ، أدت إلى إنخفاض الأسعارعلى مستوى الديوان؛ خاصة وأن هذه المنتجات المحولة إلى السوق الموازية، هي أساسا من المنتجات ذات النوعية العالية أو المبكرة. الامرالذي أضر بالتسويق الإشتراكي سواء على مستوى السوق الداخلية أو السوق الخارجية وذلك يعني الحد من إمكانيات التصدير.

إن هذه الوضعية نجمت عنها صعوبة في تحديد أسعارالشراء عند الإنتاج، التي تسمح في نفس الوقت لكل من الإستغلالة الزراعية ، والديوا ن، بتغطية كل الأعباء وتحقيق هامش ربح يسمح بتدعيم القدرة الشرائية للعمال في كلتا القطاعين ، كذلك تمويل مشاريع الإستثمارفي الإنتاج والتسويق .

1 . 2 - على مستوى التجزئة :

هناك بعض محاولات تدخل الديوان على مستوى توزيع التجزئة من خلال المحلات الكبيرة التابعة للمؤسسة الوطنية للأروقة الجزائرية(SNGA) التي تقع تحت وصاية وزارة التجارة، ومحلات التجزئة التابعة للديوان في إطارعملية «من المنتج إلى المستهلك» ثم على مستوى أسواق التجزئة للمدن الكبرى.

1 . 2 . 1 - المحلات الكبيرة للأروقة الجزائرية :

وهي محلات كبيرة، تقوم ببيع المواد الغذائية في شكل «خدمة حرة» (Libre Service) ، بواسطتها تتم عملية بيع منتجات الخضر والفواكه المتاتية من الديوان الجزائري للخضروالفواكه التي بلغ عددها سنة 1972 على المستوى الوطني 27 محلا كبيرا؛ لكل واحد منها جناحا خاصا بالخضر والفواكه. تتميز هذه المحلات بانها تضمن للمستهلكين أسعارا منخفضة عن محلات تجارة التجزئة التقليدية و المتمثلة في االحوانيت. ويكون بها عرض أصناف الجودة مناسبا، تساهم في توجيه سلوك المستهلكين. تتمون من مراكز التكييف الأولى المتخصصة في تهيئة المنتجات الموجهة لغرض البيع .

غير أن جناح الخضر والفواكه بهذه المحلات يحتل مكانة ثانوية من حيث جلب الزبائن، نظرا للإنقطاع في التموين، وعرض تشكيلة محدودة من منتجات الخضروالفواكه. فغالبا مايوجد بها منتجات ذات الإستهلاك الواسع، وأن جودتها من الرتبة الثانية (2eme Choix) ، والثالثة (3eme Choix)، وإن كانت أسعارها في متناول الفئات الإجتماعية محدودة الدخل.

1 . 2 . 2 - محلات عملية «من المنتج الى المستهلك (OPC)»

إنها عبارة عن محاولة لتجربة قام بها الديوان، بفتح نقاط بيع بالمدن الكبيرة، قصد تصريف منتجات قطاع الإنتاج الإشتراكي مباشرة إلى المستهلكين. وهي منتجات متأتية عن طريق مراكز التكييف الأولي (C.P.C). الهدف من هذ العملية هو ضمان مكافاة أحسن لمنتجي القطاع الإشتراكي بتخفيض تكاليف التوسط، واقتصارها على وسيط واحد هو الديوان.

غيرأن إنشاء نقاط البيع هذه، يرجع إلى حيوية مسؤولي الديوان على المستوى المحلي وليس على أساس مقدار الإحتياجات الحقيقية لسكان المدينة؛ إذ نجد بولاية عنابة مثلا 12 نقطة بيع، والتي لاتمثل سوى 26,7% من سكان منطقة الجزائرالتي تم بها فتح ثلاث نقاط بيع فقط.

وإذا لم يمكن مقارنة الكميات المسوقة من طرف هذ ه المحلات وتلك التي تمت عن طريق تجارالتجزئة الخواص، إلا أنه بإمكانها أن تؤثر من خلال الأسعار المنخفضة التي تبيع بها نقاط البيع، لإجبار التجزئة الخواص للإمتثال إلى تلك الأسعار. بفعل محدودية هذه العملية، لم تكن باي حال من الأحوال لتشكل خطرا على وجود القطاع الخاص للتجزئة، أو أن تشكل قوة نفوذ موجهة لصالح قطاع التجزئة الإشتراكي على مستوى التجزئة.

1 . 2 . 3 - أسواق التجزئة للمدن الكبرى :

بغرض تدعيم توزيع التجزئة الإشتراكي وتنمية مبيعات قطاع الإنتاج الإشتراكي، قام الديوان بإنشاء نقاط بيع داخل الأسواق البلدية للتجزئة؛ حيث أصبح له مربعا أو أكثر بمثابة نقاط بيع، يعمل من خلالها على تصريف منتجاته. كما أنشا لنفس الغرض محلات خشبية بالبلديات التي تتميز بوفرة الإنتاج ؛ غير أن الكميات التي تم تصريفها عن طريق هذا المنفذ كانت رمزية أكثر ما هي حقيقة إقتصادية.

2 - على مستوى السوق الخارجي :

في ميدان التسويق الخارجي للخضروالفواكه، نلاحظ استمرار إنخفاض حجم الصادرات عما كان عليه في النظام السابق. وقد زاد من وضعية المنتجين صعوبة باعتبار الديوان يمارس سياسة العجز في التصديرليتحملها المنتوجون لوحدهم .

فالمبيعات إلى الخارج التي حققها الديوان، تقدر خسائرها ب30 مليون دج للسنة بالنسبة لكمية تقدر ب200 ألف طن. كما خسر أيضا حوالي 0,15 دج / لكغ؛ وهي خسائر تعوض من قبل الدولة ضمن سياستها لتدعيم أسعار التصدير. وقدر تدعيم الدولة بالنسبة لموسمي 68 / 1969 , 69 / 1970 بحوالي 26 % من إجمالي مبيعات صادرات الديوان، ذلك حسب ماتشير إليه العديد من الدراسات. في حين أن الظروف المشجعة على القيام بالتصدير تكمن في عاملين :
أولهما ، يتعلق بإمكانية إنتاج مبكر ، ذا جودة عالية ، نظرا للظروف الطبيعية والمناخية الجيدة التي تتميز بها الجزائر.

ثانيهما ، القرب من الأسواق الأوروبية المستهلكة، التي تتطلب تكاليف تصدير أقل بمقارنتها مع بعض المناطق من البحر الابيض المتوسط المصدرة لنفس المنتجات.

لكن الأمر بالنسبة للمنتجين يختلف. فهم يعتقدون أنهم يتلقون ثمن منتجاتهم عن طريق تدعيم الدولة، وليس عن طريق حاصل صادرات منتجاتهم من طرف الديوان .

جدول أعباء تسيير فروع الديوان بالخارج لنشاط سنة 1971

الفروع بالخارج	مقادير أعباء التسيير بالخارج بالدينار الجزائري المحول
-مرسيليا	455 859,80
-باريس	164 542,66
-سبة	210 077,90
-ميونخ	257 460,40
-لندن	180 094,00
-بيرن	150 904,76
- فرصوفيا	100 609,51
المجموع	1,474,539,00

المصدر : (27-A. Bouzidi 1977. P 32)

(جدول رقم 25)

يبيّن الجدول أعلاه تكاليف التصدير، الناتجة عن زيادة أعباء التسيير والصيانة لفروع الديوان بالخارج بالنسبة لنشاط سنة 1971 . وينسب الديوان الجزائري للخضروالفواكه أسباب إرتفاع هذه الأعباء خاصة بالنسبة للموسمين 69 / 1970، إلى ضعف كميات المنتجات التي يتسلمها من وحدات الإنتاج الإشتراكي، وإلى قدم التجهيزات الخاصة بمراكزالتكييف، وتعطلها باستمرار.

من الأهداف التي أنشيء من أجلها الديوان الجزائري للخضروالفواكه ضمان تسويق المنتجات على مستوى السوق الداخلية والخارجية وفق سياسة فلاحية جديدة، تسمح بفصل وظيفة الإنتاج عن وظيفة التوزيع؛ تم إختيارتسويق منتجات قطاع الإنتاج الاشتراكي باعتبارها نسبة غالبة من مجموع الإنتاج الوطني. ومن ثم العمل على تحقيق توازن السوق الداخليةمن خلال ضبط عمليات البيع واستقرار الأسعار ومحاربة المضاربة وضمان مكافاة أحسن للمنتجين.

لقد حقق الديوان على مستوى السوق الداخلية تقدما معتبرا مقارنة لما حققه الإتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية للتسويق، من خلال بنائه لهياكل تسويق أكثر إنتشارا؛ بحيث أصبحت تغطي المناطق المستهلكة والفقيرة في الإنتاج بشرق البلاد وجنوبه؛ وأكثر تخصصا في مجال التبادل فيما بين المراكز والقيام بعملية التصريف المباشر، والتكييف والتوزيع وغيرها، علاوة عن عمليات الإستيراد والتصدير لتلك المنتجات.

وبفضل تطبيق ذلك النظام الجديد للأسعار، أصبح المنتجون يعلمون أسعار بيع منتجاتهم عند تسليمها مباشرة. يتضمن هذا النظام معايير جديدة تخص ترتيب الأصناف وترتيب جودتها والتنافس عليها من أجل الحصول على أسعار مرتفعة بالنسبة للمنتجين؛ ذلك من خلال السعي في التوسع في إنتاج المنتجات المبكرة.

رغم بعض التحسينات فإن الديوان لم يستطع أن يحقق الفعالية الإقتصادية المنتظرة منه، نتيجة فشله في جلب كل إنتاج القطاع الإشتراكي، وضعف نوعية المنتجات التي يتسلمها. بقي قطاع التسويق الخاص هو المسيطر، ويستحوذ على حوالي الثلثين من الإنتاج الوطني للخضر، وعلى (النصف) من منتجات الفواكه في ظل الديوان لان مراكز التسويق المختلفة للديوان تميزت خ بالتعقيد والتشابك لكثرة عددها وكثرة تدخلاتها، خاصة على مستوى التسويق الداخلي. فالمنتوج الواحد صار يمر عبر عدة مراكز قبل أن يصل إلى تاجرالتجزئة أو المستهلك ؛ وما ينجم عنها من عمليات نقل وشحن وتفريغ

وتخزين بصورة متكررة تضر بحجم ونوعية المنتجات، علاوة على الزيادة في تكاليف التسويق، والذي يرجع ايضا إلى ضعف التنسيق فيما بين هياكل الديوان. كذلك من بين الأسباب، نجد ضعف كفاءة التاطير، إذ نجد أن الديوان بقي يشتغل بنفس التشكيلة من المستخدمين، بالكاد تحسن القراءة والكتابة .

وبالنسبة لهيئات التسيير، فإن إزدواجية السلطة على مستوى القمة التي وضعت قصد تجنب البيروقراطية المركزية بمنح صلاحيات واسعة لمجلس الإدارة، نجد أن تلك الصلاحيات تعتبر شكلية من الناحية العملية. فالمدير هو المسؤول الفعلي على إدارة الديوان، وأن مجلس الإدارة ليس له مهاما حقيقية، بالرغم من وجود تلك المهام حسب النصوص المنشئة للديوان، إلا أنه لايمارسها ميدانيا؛ ثم أن تلك النصوص لا تفترض أي تدخل للمجلس في تعيين المدير أوإبعاده، وهو ماجعله يرتبط بصورة مباشرة بسلطة الوزير الوصي .

وأخيرا يمكن القول أن هيئات المركزلم تستطع أن تلعب دورها بصورة فعالة بتقديم الإستشارة والتوجيه والمراقبة للمديريات الجهوية والمراكز والفروع الخارجية بسبب الصعوبات التي أفرزتها الممارسة العملية؛ وهو ما حدا بالسلطات السياسية إلى إعادة النظر بصورة جذرية في مجال التسويق بوضع حد لنشاط تسويق القطاع الخاص بالجملة، وإعادة بناء هياكل جديدة لتسويق القطاع الإشتراكي، تتدرج على ثلاث مستويات ، الوطني، والولائي، وأخيرا على المستوى البلدي. وكذلك إعادة النظر في ملكية أراضي القطاع الخاص، من خلال عملية التاميم في إ طار الثورة الزراعية .

خلاصة الفصل الرابع

لقد جاء الديوان الجزائري للخضر و الفواكه، نتيجة عجز الإتحاد الوطني للتعاونيات الفلاحية من تحقيق أهدافه كما أشرنا إليه في الفصل السابق. وبذلك تعتبر أول مرة تتم فيها إعادة النظر في تنظيم توزيع الجملة الإشتراكي للخضر والفواكه بصورة جدية؛ وما تلك المحاولات السابقة إلا معالجة لصعوبات ومشاكل التسويق الظرفية أو تبديل هيكل بآخر دون جدوى.

فالديوان الجزائري للخضروالفواكه جاء باستراتيجية جديدة، تهدف إلى فصل عملية الإنتاج عن عملية التسويق، والسعي من أجل إحتكارتسويق منتجات الخضروالفواكه.لهذا قام بإعادة تنظيم التسويق إنطلاقا من هياكل التنظيم السابق، حيث إنطلق منذ البداية بنفس الهياكل وأساليب التسيير إلى أن إستكمل تنظيم هياكله في صورة جديدة.

وهو تنظيم على مستوى التراب الوطني يقوم بتسويق الخضر و الفواكه بضمان سعر مكافئ أفضل للمنتجين، وتنمية الصادرات ، والقيام بعمليات استيراد المنتجات التي قد عجز الإنتاج الوطني عن تلبيتها، بالإضافة إلى ضبط عمليات البيع، واستقرار الأسعار، ومحاربة المضاربة.

إ ن الديوان يتكون من مجموعة من الهياكل العملية من القاعدة إلى القمة. بالقاعدة، نجد الهياكل العملية للتسويق، وهي مراكز للتسويق، تتسم بجانب كبير من التخصص المتعلق بتكييف، وجمع وتقسيم ، وتوزيع، ثم تسويق منتجات قطاع الإنتاج الإشتراكي بالدرجة الأولى على مستوى السوق الداخلية. كما عمل على إضافة فروع جديدة بالخارج قصد تدعيم الصادرات الوطنية .

أما على مستوى القمة، فهناك هياكل الإشراف والمراقبة، المتمثلة في المفتشيات الجهوية من أعلى، و المندوبيات الولائية من أدني؛ مهمتها الإشراف على متابعة القرارات التي تصدرها الإدارة المركزية للديوان ومراقبة تنفيذها. إن عملية تنفيذ تلك القرارات يكون من قبل الهياكل العملية للتسويق. أما في مجال التسيير، فقد أستحدث تنظيم جديد يتمثل في وضع هيئات تسيير للديوان، لاسيما منها مجلس الإدارة باعتباره هيئة عليا، والذي يتكون من

أعضاء ذوي كفاءة مقبولة ، يمثلون وزارات متعددة.

لقد و ضع الديوان الشروط المناسبة لتسيير نشاطه، و أصبح يتميز بتطور نوعي فيما يخص الوظائف التي يقوم بها، من خلال إقامة لمجموعة هامة من مراكز التسويق المنتشرة عبرالتراب الوطني، بالمناطق القريبة من مواقع الإنتاج قصد تصريف المنتجات بتكاليف أقل، وبالمناطق الضعيفة في الإنتا ج وذات استهلاك كبير، من أجل تلبية حاجات السكان؛ وهي وظائف لم يالفها النظام السابق.

وفي مجال تحليل نشاط التسويق للديوان نجد أن ذلك يرتبط بالعمليات التجارية المستنبطة من النظام الجديد لأسعار المرسوم؛ وهي أسعار تتحدد بمرسوم من قبل وزارة الفلاحة والإصلاح الزراعي بمشاركة وزارة الداخلية، و في شكل قائمة بالمنتجات الهامة، حيث يراعي فيها ضمان تكلفة الإنتاج التي تدخل ضمن العملية الإنتاجية من شانها ضمان الحد الادنى لمكافاة المنتجين.

أما الجانب الثاني فيتعلق بسعرالجملة أي السعر الذي تبيع به مراكز التسويق منتجاتها بالسوق الداخلية. إن تطبيق ذلك النظام للأسعارتتمثل في الحالات التالية؛ إذا كانت أسعارالجملة أقل من أسعارالمرسوم، فالفرق يتحمله الديوان، على أن يسترجعه من صندوق التعويضات فيما بعد والمنشا خصيصا لهذا الغرض. إذا كانت أسعارالجملة تفوق أسعار المرسوم، فان الفائض المحقق يرجع المنتجين، بعد إقتطاع جانب منه لتمويل صندوق التعويضات. وفي إطار هذا النظام أصبح المنتجون على علم باسعار بيع منتجاتهم عند تسليمها مباشرة .

فيما يخص العمليات التوزيعية، فالأمر يتعلق بنشاط التسويق الداخلي. لقد حقق الديوان أهدافا إقتصادية معتبرة ، من خلال الزيادة في توسع نشاط هياكله المتخصصة، وزيادة الكميات التي تمت معالجتها، خاصة بالمناطق الفقيرة في الإنتاج وكذلك من خلال إدخال عملية التكييف على مستوى السوق الداخلية .

أما بالنسبة للسوق الخارجية، فإنه بالرغم من الزيادة في عدد الفروع بالخارج، فانها لم تستطع أن تحقق الفعالية الإقتصادية المرجوة، بسبب زيادة تكاليف التسييرالغير المبررة؛ وهوما جعل المنتجين يفضلون التسويق الداخلي على التصدير، بسبب ممارسة الديوان سياسة العجز في التصدير وتحمليها للمنتجين و حدهم .

نشير في مجال تقييم تنظيم الديوان الجزائري للخضروالوفواكه أنه رغم تلك الإيجابيات المحققة فإنه لم يستطع أن يثبت الفعالية الإقتصادية المسطرة له، نتيجة عجزه لجلب كل إنتاج القطاع الإشتراكي؛ علاوة على ضعف نوعية المنتجات التي يتسلمها؛ لذلك بقي القطاع الخاص للتسويق مسيطرا على الأوضاع.

من بين العوائق التي واجهت الديوان كون مراكز التسويق المختلفة تنفرد من خلال نشاطها بالتعقيد والتشابك لكثرتها، وازدياد تدخلاتها؛ خاصة على مستوى السوق الداخلية، إذ أن المنتوج الواحد أصبح يجوب عبر عدة مراكز قبل أن يستقر عند تاجر التجزئة أو المستهلك. وما ينجم عنها من عمليات نقل وشحن وتفريغ وتخزين بصورة متكررة يضر بحجم ونوعية المنتجات؛ علاوة على زيادة في كلفة التسويق الذي يرجع أيضا إلى ضعف التنسيق فيما بين هياكل الديوان، نظرا لضعف كفاءة التأطير الناتج عن أسلوب عدم الترغيب الذي يتبعه الديوان في توظيف الكفاءات ذات المهارات العليا.

حول هيئات التسيير، نجد مجلس الإدارة غير مبرز لدوره، فهو عمليا خاضع للسلطة المفرطة للمدير، بالرغم من الصلاحيات التي يخولها له المرسوم. عمليا فالمدير هو المسؤول الفعلي عن إدارة الديوان وأن مجلس الإدارة، ليس له مهام حقيقية.

كما أن هيئات المراكز لم تستطع أن تلعب دورها بصورة فعالة فيما ما يخص تقديم الإستشارة والتوجيه والمراقبة للمديريات الجهوية والمراكز والفروع الخارجية. الأمر الذي حدا بالسلطات السياسية إلي العمل على إعادة النظر بصورة جذرية وشاملة في تنظيم تسويق الخضر و الفواكه .

الفصل الخامس

التنظيم الإشتراكي الشامل لتوزيع الجملة للخضر والفواكه

خلال الفترة مابين74-1980

الفصل الخامس

التنظيم الإشتراكي الشامل لتوزيع الجملة للخضر والفواكه خلال المرحلة 1974-1980 .

مدخل:

لقد إستمرت سيطرة الوسطاء الخواص على توزيع الجملة للخضروالفواكه بالسوق الداخلية إلى غاية أكتوبر 1974. إذا كانوا يتحكمون في تسويق ثلثي إنتاج الخضر، وفي النصف من إنتاج الفواكه؛ كما كانوا يتوفرون على تشكيلة واسعة من المنتجات تعتبر أفضل من تلك التي يتوفر عليها االديوان الجزائري للخضروالفواكه. كان هؤلاء الوسطاء يقدمون تسهيلات خدمية معتبرة، كالبيع على الحساب، النقل، التعبئة، وغيرها، إلى تجارالتجزئة، قصد إجتذابهم لهم؛ ومقابل ذلك، يفرضون عليهم أسعار بيع مرتفعة أعلى من تلك التي يحددها جدول التسعيرة (Mercuriale) الرسمي. الآمر الذي أجبر تجار التجزئة تحميل المستهلكين تلك الزيادات إثر عملية البيع.

إن تعميم الممارسات الغير الشرعية كتزوير الأسعارعلى الفاتورات، البيع المقترن (Vente Concomitante) من قبل الوسطاء جعل عملية مراقبة السوق على مستوى الجملة غير فعالة؛بل وحتى مستحيلة، خاصة وأن درجة تاثيرالوسطاء على أعوان مصالح المراقبة كانت تمارس بصورة مباشرة أوغير مباشرة حتى يمكنهم تحقيق أقصى قدرممكن من الربح .

وأمام هذه الوضعية التي اتسمت بسوء تنظيم تسويق الخضروالفواكه، حيث بلغت درجة كبيرة من الخطورة، وأنه خلال المرحلة الأولى من تطبيق الثورة الزراعية، وقصد تجنب تعاونياتها للمشاكل التي إعترضت وحدات إنتاج التسييرالذاتي والمتعلقة بإجبار هذه الأخيرة بتسليم إنتاجها إلى الديوان الجزائري للخضروالفواكه، فقد أصبح يسمح لتعاونيات الإنتاج للثورة الزراعية

بحرية تسويق منتجاتها وفقا للقرار الوزاري رقم 72- 106 الصادر في / 1972 07/07 المتضمن، تنظيم التعاونيات الفلاحية.

لكن إبتداء من سنة 1973، إزداد نشاط دعاة الحرية الكاملة للتسويق؛ وصارت واضحة للعيان، قصد الإطاحة بالتنظيم الإشتراكي للتوزيع، المتمثل آنذاك في الديوان الجزائري للخضروالفواكه. من ذلك ثار جدال حول المسلك الذي يمكن إتخاذه من أجل الخروج من وضعية الفوضى القائمة ؟. والسؤال الذي أصبح يطرح نفسه، هل يمكن إتباع حرية التسويق كما يروج بعض الدعاة لها ؟ معتمدين في تبريرهم على تلك النقائص الموجودة بتشغيل النظام الإشتراكي للتسويق، أم أنه يجب القيام بإعادة هيكلة، وتدعيم، وتوسيع القطاع الحكومي الخاص بالديوان الجزائري للخضروالفواكه ؟.

غير أن الهيئات السياسية العليا للدولة فصلت في الموضوع؛ وذلك بمناسبة إنعقاد الندوة الوطنية الثالثة للقطاع الإشتراكي الفلاحي في أفريل 1973. وإعتبارا من ذلك الوقت، تم الإعتراف سياسيا بالدور الإستراتيجي الذي يلعبه التسويق، حيث ظهر من الضروري إتخاذ اجراءات في المجال العملي من أجل ضمان نجاح إستمرار الثورة الزراعية.

وتعتمد بنية هياكل تنظيم التوزيع الإشتراكي الشامل،على ثلاثة أشكال من التنظيمات ذات أبعاد تقنية وجغرافية متميزة، فماهي طبيعتها؟ وطبيعة العلاقة فيما بينها؟ وماالدورالذي يلعبه كل منها؟ وما طبيعة تسييركل منها؟.

إن تحليل نشاط هياكل نظام التوزيع الإشتراكي الشامل سوف يتضمن، تحليل نشاط النظام التعاوني، على المستوى البلدي والولائي ثم بعد ذلك تحليل نشاط الديوان الجزائري للخضروالفواكه، من خلال المهام التي يقوم بها، ومعالجة مختلف العمليات التوزيعية، والتجاريةالمرتبطة بنشاطه، وأخيرا تحليل العلاقات فيمابين هياكل تنظيم التسويق الشامل، لنصل في نهاية المطاف إلى تقييم نشاط كل نظام على حدة، وإسخلاص النتائج من ذلك إلى غاية 1980 حيث بدأ التراجع عن هذاالتنظيم.

أولا : نشأة و أهداف و تطور تنظيم التسويق الشامل
(التعاوني والحكومي)

لقد ظهر النظام الجديد لتسويق الخضروالفواكه بعد إثني عشر سنة من تشغيل التسيير الذاتي، وثلاث سنوات من بداية تطبيق الثورة الزراعية. فهو يعتبرحصيلة لأكثرمن عشرية من محاولات الإصلاح في المجال الزراعي. الأمرالذي نجم عنه إحداث تحولات جذرية، لم يسبق لها مثيل؛ ليس على مستوى بنية هياكل التسويق فحسب، بل على مستوى بنية هياكل الإنتاج أيضا.

وهكذا تمت إعادة النظرفي طرق تنظيم تسييرالإستغلالات الزراعية، و الشروع في إعادة النظر في تنظيم تسويق الخضر و الفواكه. وعليه فبموجب الأمر رقم 74- 89 الصادرفي 01 /10 / 1974 المتضمن تنظيم تسويق الخضروالفواكه يكون النظام الجديد قد مهد الطريق لإستمرارتشغيل الهياكل الحكومية القائمة لتسويق الخضر و الفواكه ، كماعمل على إلغاء نظام التسويق الخاص للخضر و الفواكه بالأسواق المركزية على مستوى التراب الوطني؛ والتي أوكلت مهامها إلى التعاونيات الولائية المنشأة بموجب هذا الأمر. وبالتالي أوقف بصورة رسمية نشاط جميع المتعاملين الخواص بتسويق الجملة للخضر و الفواكه، منهم الوكلاءبالعمولة(Mandataires)، المفاوضون (Négociants)، تجارالجملة ونصف الجملة والمشترون في الحقل.

وفي مجال بناء هذا النظام لهياكله، نجد أنه قد إعتمد على بناء التنظيم الإشتراكي الذي يتشكل من نمطين : التنظيم التعاوني، والتنظيم الحكومي؛ وهذا خلافا للتجربة السابقة التي كانت تعمل حسب التنظيم الواحد، حيث أنه في حالة عجز أحدهما يعاد العمل بنمط التنظيم الآخر.

إن التنظيم الجديد يأخذ بعين الإعتبارالتقسيم الجغرافي، قصد تكامل نشاط هياكل التسويق على أساس التقسيم الإداري المشكل من ثلاث مستويات هي من أعلى إلى أسفل : المستوى الوطني، ثم الولائي وأخيرا المستوى البلدي.

من ذلك تحدد نشاط الديوان الجزائري للخضروالفواكه على المستوى الوطني، حيث أعيد النظرفي مهامه بموجب الأمر 74-89 المؤرخ في 01 / 10 / 1974، والذي تشير مادته السادسة : «يتكلف الديوان الجزائري للخضروالفواكه بضمان ضبط (Régulation)، وتموين السوق الوطنية بالخضر و الفواكه؛ وله الحق في إحتكار صادرات الخضر و الفواكه الطرية (الطازجة)، والفواكه الجافة، المستلمة

من قبل المنتجين...»

على مستوى كل ولاية، تم إنشاء تعاونية ولائية لتسويق الخضروالفواكه، باعتبارها جهازا جديدا استحدث من أجل تنسيق مجموع عمليات التسويق على مستوى الولاية؛ شأنها، الربط بين المستوى المحلي، بين التعاونيات الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات، والديوان الجزائري للخضر و الفواكه على المستوى الوطني. المادة رقم 18 من الأمر 74 / 1989 تشير إلى المهام الموكلة لها: «تتكلف التعاونية الولائية لتسويق الخضروالفواكه ببرمجة، وتنظيم، وتحقيق مجموع عمليات تسويق الخضر و الفواكه على مستوى إقليم الولاية؛ وذلك بالتنسيق مع التعاونيات الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات؛ كماتتكلف أيضا وفق أحكام هذا الأمر، وبالتنسيق مع التعاونيات الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات والديوان الجزائري للخضر و الفواكه ببرمجة و تنظيم، وضمان تموين سكان الولاية».

على المستوى المحلي، كانت التعاونية الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات التي أنشئت سابقا بموجب المرسوم 72- 156 في 1972/07/27 المتضمن القانون الأساسي النموذجي للتعاونية الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات، أعيد تنشيطها بموجب الأمر رقم 74- 89 المؤرخ في 01 / 10 / 1974. من ذلك تعتبرهذه التعاونية البلدية، بمثابة حجر الأساس في بناء النظام التعاوني، باعتبارها أداة مفضلة للتكامل الزراعي، حيث أنها تجمع في إطارنشاطها مجموعة المستغلين بصورة فردية أو جماعية، و تعمل على تطويرالعلاقات التقنية فيما بينهم.

ونشيرإلى أن مختلف هياكل هذا النظام تقع تحت وصاية وزارة الفلاحة والثورة الزراعية؛ وهي أجهزة تتطلب إمكانيات بشرية معتبرة من حيث الكم، و مستوى الإطارات المتوسطة ذات الكفاءات الميدانية من حيث الكيف؛ وذلك قصد ضمان عقلانية تشغيل المؤسسة بحد ذاتها من جهة، وضمان التنسيق بين مختلف المستويات التي توجد بها هيئات التسويق من جهة أخرى.

لقد أصبحت هذه التعاونيات البلدية تتميز بوظائف نوعية خاصة؛ تعتمد على تطبيق تقنيات في مجال الإرشاد الزراعي، والتسويق، والتموين وغيرها من الوظائف التي تقوم بها قصد دفع وتوجيه وحدات الإنتاج الزراعي. خاصة إذا علمنا أن عددها قد بلغ خلال الموسم 76 / 1977 حوالي 630 تعاونية فلاحية بلدية متعددة الخدمات (27 - A.BOUZIDI CREA 1977 . P. 43) . الأمرالذي حدا بالوزارة الوصية إلى تجنيد إطاراتها، ومؤسساتها التكوينية من أجل إنجاح هذا النظام الجديد، والذي تعتبر أهدافه متميزة.

ثانيا: الخصائص المميزة للتنظيم الجديد

تتميز الأهداف التي أدت إلى إعادة النظرفي نشاط التسويق، في إطار سياسة زراعية جديدة، كونها ذات طبيعة سياسية، إقتصادية، وإجتماعية متميزة؛ إذ أعطيت الأولوية لتلبية إحتياجات السوق الداخلية المتنامية باستمرار، وفي ما زاد عن ذلك يوجه للتصدير.

ولقد وضع حد لنشاط العداء على القطاع الحكومي بإلغاء نشاط القطاع الخاص عند مستوى تسويق الجملة بصورة رسمية؛ وبالتالي، تم وضع حدا لتعدد أنظمة التسويق التي كانت سائدة من قبل والمتمثلة في القطاع الإشتراكي من جهة، والقطاع الخاص من جهة ثانية.

كما تم إشراك المنتجين والسلطات السياسية المحلية في إنجازكل العمليات المتعلقة بنشاط التسويق؛ والعمل على جعل المنتجين يقومون بالتسويق المباشر لمنتجاتهم، وذلك بتشكيلهم لتعاونيات هم أعضاء فيها، بهدف تقليص تكاليف التسويق، التي تضمن من جهة حفظ القدرة الشرائية، ومكافاة للمنتجين من جهة ثانية.

إن الغرض من اللامركزية الفعلية للتنظيم الجديد للتسويق يعود إلى تجنب آثار البيروقراطية الإدارية، وإلى ضمان التخطيط الفعلي لنشاط التسويق؛ سواء على المستوى الجهوي أوالوطني؛ وجعل الهياكل الجديدة مسؤولة عن نشاطها، لكونها أصبحت تتحمل نتائج القرارات التي تتخذها فيما يخص نشاط التسويق.

إن الآمر رقم 89/74 الصادرفي أول أكتوبر 1974، يعتبر أول نص يضمن تنظيما شاملا لتسويق الخضروالفواكه، قصد التكامل بين نظامي الإنتاج والتسويق في إطار الثورة الزراعية. وعلى الرغم من الإستقرارالنسبي، الذي حدث في تلك المرحلة على مستوى السوق الداخلية، خاصة بالنسبة للأسعارالتي كانت تتزايد بوتيرة متباطئة لغاية نهاية السبعينات.

جاءت الدورة الثالثة للجنة المركزية لحزب جبهة التحريرالوطني في ماي 1980 حيث أوصت «بإعادة النظر في النظام الحالي للتسويق، بما فيها تسويق الخضروالفواكه، قصد ملاءمته للوضعية الحالية، وتحضيرا للتطور التدريجي في إتجاه التحكم الشامل، بمجرد توفير الوسائل البشرية والمادية».

وإذا كانت هياكل التسويق لم تبلغ مستوى الفعالية المطلوبة ، فإن فترة حياتها يعتبر قصيرة أيضا، خاصة أنها مشتركة بين المراحل السابقة لتنيظيم شبكة تسويق الجملة للخضروالفواكه.

المبحث الأول

بنية هياكل تنظيم التوزيع الإشتراكي الشامل

تقديم :

يعتمد التنظيم الجديد لتسويق الخضروالفواكه على ثلاثة أشكال من التنظيمات، ذات أبعاد تقنية، وجغرافية متميزة؛ شانها، العمل على تجسيد اللامركزية بالنسبة للنشاطات التسويقية المتعلقة بوظائف التموين، التوزيع من جهة، وتكريس المركزية قصد ضمان ضبط السوق الوطنية؛ ذلك من خلال نشاط الهياكل التالية :

- التعاونية الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات (CAPCS) على مستوي البلدية.
- التعاونية الولائية لتسويق الخضروالفواكه (COFEL) على مستوي الولاية.
- وأخيرا، الديوان الجزائري للخضر والفواكه (OFLA) على المستوي الوطني.

نجد أن التعاونية الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات والديوان الجزائري للخضروالفواكه قد تم إنشاؤهما قبل سنة 1974، في حين أن التعاونية الولائية للخضر والفواكه ظهرت في أكتوبر 1974.

تعتبر هذه الهياكل الثلاثة حلقات متكاملة من خلال العلاقات التي تربطها، والدورالذي يلعبه كل منها من أجل تشكيل نظام ككل متكامل؛ كما يتميزكل هيكل بتنظيم معين وفقا للمستوى الذي يقع فيه، والدور الذي يقوم به.

ترجع مبادىء تسيير هياكل نظام التسويق الجديد إلى مجموعة نصوص

المرسوم رقم 72- 156 الصادر في 27 / 07 / 1972 المتعلقة بالتعاون الفلاحي والمتضمن القانون الأساسي النموذجي للتعاونية الزراعية البلدية المتعددة الخدمات؛ والمدمج في إطار إعادة التنظيم الشامل لنظام تسويق الخضروالفواكه بموجب الامر رقم 74- 89 الصادر في أول أكتوبر 1974 الذي يهدف إلى وضع حد لإزدواجية نظام التسويق بإلغاء القطاع الخاص لتسويق الجملة. يهدف توحيد نظام تسويق الجملة في إطار إشتراكي وتوسيعه أفقيا ليشمل جميع مناطق البلاد وفق مستويات عمودية مختلفة. وسوف نتطرق إلى الجوانب المتعلقة بتنظيم، وتسيير كل هيكل على حدة؛ ومن ثم معرفة تشكيل بنية النظام الجديد لتسويق الخضروالفواكه. في إطارهذا التنظيم الجديد للتسويق، يمكن أن نميزبين الجانب اللامركزي، والجانب المركزي.

الأول يتعلق بالنظام التعاوني، على المستوى البلدي و الولائي الخاص بالتعاونية البلدية والولائية؛ أما الجانب الثاني فيخص النظام الحكومي المتمثل في الديوان.

أولا : النظام التعاوني

لقد إستحدث النظام التعاوني على أساس الممارسة المباشرة لمنتجي القطاع الإشتراكي في تسويق منتجاتهم عن طريق نوعين من الهياكل يشاركون في تسييرها. كل نوع منها يعتبرحلقة من النظام، له دورخاص في عملية التسويق، أحدها يقع على مستوى أصغر خلية إدارية وهي البلدية؛ و هو يتعلق بالتعاونية الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات.

1- التعاونية الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات (ت.ف.ب.م.خ) (CAPCS) :

أنشئت هذه التعاونية بموجب المرسوم رقم 72- 156 بتاريخ 1972، المتضمن القانون الأساسي النموذجي للتعاونية الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات. ثم أدمجت في التنظيم الشامل لتسويق الخضرو الفواكه في إطار مخطط الثورة الزراعية، بموجب الأمر رقم 74- 89 بتاريخ أول أكتوبر1974، المتضمن تسويق الخضروالفواكه؛ حيث تنص المادة الأولى منه «يهدف هذا الأمرإلى تحديد الشروط المتعلقة بتنظيم تسويق الخضروالفواكه الطازجة (الطرية) والفواكه اليابسة على مستوى البلدية، والولاية وعلى الصعيد الوطني ». وهي تهدف إلى التنمية الفلاحية للبلديات الريفية ،وشبه الحضرية. تتميزبوجود نمط موحد لبنائها.

لقدبلغ عددها في نهاية 1978 حوالى 645 تعاونية تقدم وظائف واسعة من خلال وكالات هيئات متنوعة، يتعلق نشاطها بالإنتاج الفلاحي، كالديوان الوطني للعتاد الفلاحي(ONAMA) ،البنك الوطني الجزائري(BNA)، الديوان الوطني لتغذية الأنعام ،(ONAB) والديوان الجزائري للخضروالفواكه (OFLA)، وغيرها. ومن ثم تم تقليص المسافة بين هذه الأخيرة ووحدات الإنتاج. تتمون أو تتلقى الخدمات مباشرة من تلك الوكالات الموجودة بالتعاونية، بعد ماكانت هذه الوكالات غيرموزعة بصورة عادلة عبر التراب الوطني. ومبدئيا تتكلف هذه التعاونيات باحتكارعملية جمع وتوزيع خضر و فواكه القطاع الإشتراكي بصورة أساسية، وتلك التابعة للقطاع الخاص بصورة ثانوية. كما تقوم بدورتدعيم الإنتاج، بإعداد برامج لتموين الإستغلالات الزراعية با لمواد والتجهيزات اللآزمة لنشاطها الإنتاجي، علاوة على الإرشادات الزراعية التي تقدمها من خلال المصالح والأقسام المتخصصة الموجودة بها.

يعتبرالتسويق بالتعاونية مهمة من بين المهام الموكلة لأقسامها؛ ثم أن نشاطها لايعتبرعملية تقنية فحسب بل مهمة سياسية تدخل ضمن إختصاصات السلطات المحلية؛ ذلك ماتنص عليه المادة 16«تعد ت.ف.ب.م.خ برامج تسويق وتموين البلدية، وتقدمه للمجلس الشعبي البلدي للموافقة عليه، ويحاط هذا الأخير علما بتحقيقه بإنتظام».

1 . 1 - علاقات التعاونية الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات :

إن المادة الثالثة من الأمر رقم 74- 89 بتاريخ أول أكتوبر 1974 المتضمن تسويق الخضر و الفواكه تحدد طبيعة المتعاملين الإقتصاديين الذين في إطار نشاطهم الإنتاجي يفرض عليهم التعامل مع هذه التعاونية دون غيرها بصورة إجبارية : «لأجل هذا، فإن المجموعات والتعاونيات المنشاة في إطار الثورة الزراعية، وكذلك المستفيدين بصفة شخصية، والمزارع المسيرة ذاتيا، والتعاونيات الزراعية للإنتاج لقدماء المجاهدين، ينبغي أن تسلم إنتاجها من الفواكه و الخضر إلى ت . ف . ب .م . خ لبلدية إقامة إستغلالها...»، وتضيف نفس المادة «...ولايمكن لمنتجي الفواكه والخضر المشارإليهم أعلاه أن يتعاملوا مع شركاء تجاريين غير ت . ف . ب . م . خ ».

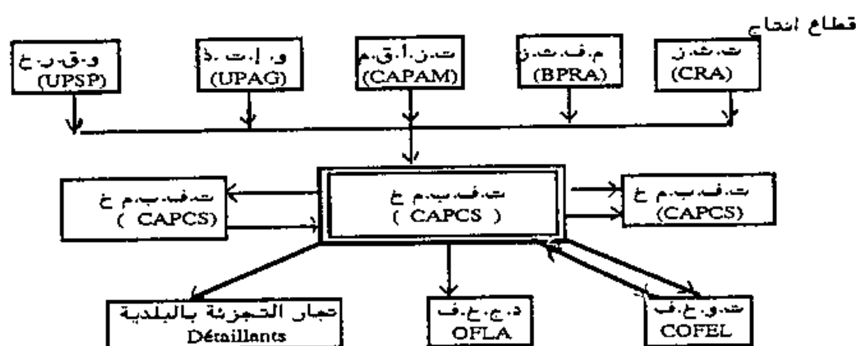
في حين تشيرالمادة الرابعة إلى مبدأ الإختياريا لنسبة للمنتجين الخواص، فيما يتعلق بتعاملهم مع هذه التعاونية «يمكن للمنتجين الزراعيين الخواص تسليم إنتاجهم من الخضروالفواكه إلى الت .ف . ب . م . خ بنفس الشروط الخاصة

بالمنتجين المنصوص عليهم في المادة رقم 13 المشارإليها أعلاه».

وبحكم المادة 13 لايمكن بحال من الأحوال لهذه التعاونية أن ترفض تسلم منتجات المنتجين، اذ تنص « ينبغي على ت . ف . ب . م . خ أن تشتري مجموع الفواكه والخضر المسلمة لها من طرف المنتجين المشارإليهم في المادة 3؛ وعند الإقتضاء الخضر والفواكه المسلمة من طرف المنتجين الخواص، حسب أحكام المادة4...» . تلك هي علاقات التعاونية عند المنبع.

أما علاقاتها عند المصب، فتتحدد بموجب أحكام المادة رقم 15، حيث تنص : «تقوم التعاونية .ف . ب .م .خ بتصريف المنتجات المستلمة حسب المخططات الوطنية والمحلية للتموين؛ وبهذا الشأن تقوم بتموين جميع البائعين بالتجزئة، ببيع الفوائض للتعاونية الولائية، وعند الإقتضاء للديوان الجزائري للخضر والفواكه؛ وتستطيع ت .ف .ب .م .خ بعد أخذ رأي التعاونية الولائية أن تقوم ببيع المنتجا ت إلي ت . ف . ب .م .خ المجاورة ».

المخطط التالي يبين علاقات شبكة تسويق الخضر و الفواكه بالتعاونية الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات (CAPCS)



(شكل رقم20)

1- ت.ث.ز	: تعاونيات الثورة الزراعية	C.R.A
2-م. ف .ت .ث .ز	: المستفيدون فرديا من الثورة الزراعية	BPRA
3-ت.ز.أ.ق .م	: التعاونيات الزراعية للإنتاج لقدماء المجاهدين	CAPAM
4-و.إ.ق.ذ	: وحدات إنتاج التسيير الذاتي	UPAG
5- و.إ.ق.خ	: وحدات إنتاج القطاع الخاص	UPSP
6- ت.ف.ب.م.خ	: التعاونية الفلاحية البلديةالمتعددة الخدمات	CAPCS
7-ت.و.خ.ف	: التعاونية الفلاحية للخضروالفواكه	COFEL

8- د.ج.خ.ف : الديوان الجزائري للخضروالفواك OFLA

2 - التعاونية الولائية للخضروالفواكه (ت. و.خ.ف) أي (COFEL) :

تعود تجربة إنشاء أول تعاونية ولائية لتسويق الخضروالفواكه إلى التعاونية الفلاحية للتسويق (CACOM) المنشأة بتاريخ 1974/05/23 بولاية الجزائر. وابتداء من ذلك التاريخ، أصبحت التعاونيات الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات تنخرط فيها قصد تصريف منتجاتها بها. وانطلاقا من السوق المركزية لبلكور، شرعت في نشاطها التسويقي على مستوى ولاية الجزائر كعملية اختبارية دامت أكثر بقليل من أربعة أشهر، لتعوض بعد ذلك بالتعاونية الولائية للخضروالفواكه (COFEL) المنشأة وفقا للأمر 74-89 الصادرفي 1974/10/01 الخاص بتنظيم تسويق الخضر والفواكه؛ حيث تعتبر أول تعاونية ولائية ظهرت للوجود في 08 /10/ 1974 بولاية الجزائر؛ ومن ثم بدأت تعمم بصورة تدريجية على باقي ولايات القطر.

وهي على غرارالتعاونية البلدية، تتكفل ببرمجة، تنظيم وتحقيق مجموع العمليات المتعلقة بتسويق منتجات الخضروالفواكه على مستوى الولاية؛ أيضا تتكلف بالتنسيق مع كل تعاونية بلدية، والديوان الجزائري للخضر والفواكه، بتنظيم وضمان عملية تموين سكان الولاية.

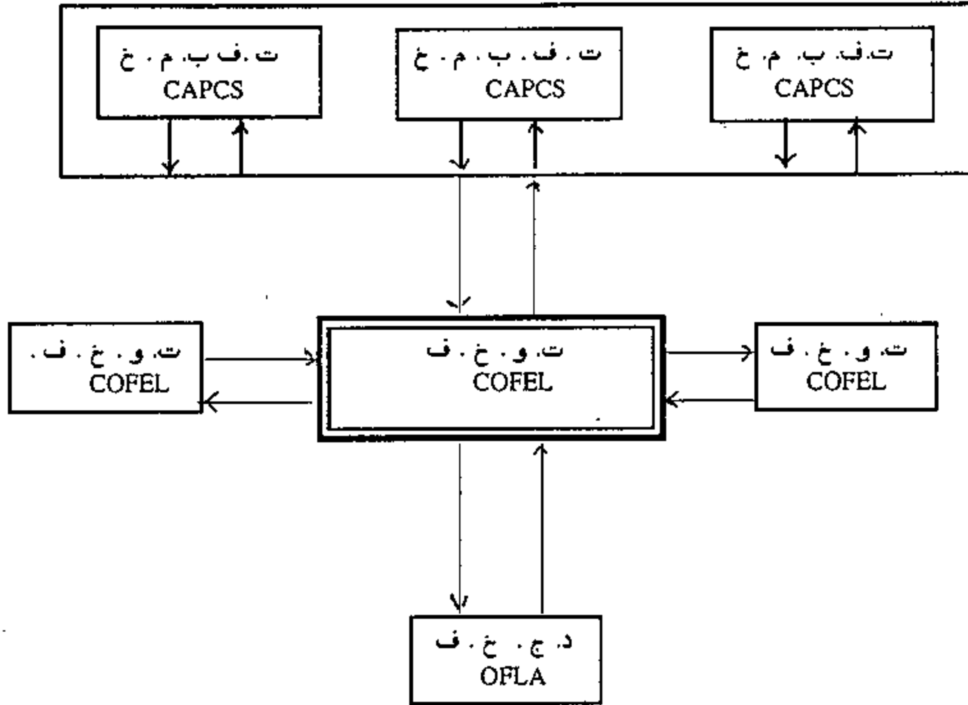
وتنص المادة 74-89 على أن « تتمتع كل من التعاونيةالولائية للخضروالفواكه والتعاونية الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات بوسائل للنقل، ومساحات للمستودعات، ومراكز للتكييف ومراكز للبيع والتوزيع ، الضرورية لتحقيق مهامها، بما فيها الأسواق المركزية ، والأسواق بالجملة والفروع مع تجهيزاتها...».

2 .1 - علاقة التعاونية الولائية للخضروالفواكه :

في إطارتحديد علاقات التعاونية الولائية هذه، فإن المنشورالوزاري رقم 1657 الصادر في 1974/10/23 (36- وثيقة اللجنة الوطنية للثورة الزراعية – ماي 1975 ص39) الذي ينص على أنه «... يجب على التعاونية الولائية للخضر والفواكه أن تتسلم كافة المنتجات المتاحة، لدى التعاونيات الولائية للخضروالفواكه، أن تتسلم كافة المنتجات المنتجات المتاحة، لدي التعاونيات البلدية الكائنة في ولايتها، واللازمة لوضع برنامج تسويق الخضر والفواكه، وتموين الولاية بها حيز التنفيذ .».

والمخطط الموالي يبين علاقات التبادل لتسويق التعاونيات الولائية للخضر و الفواكه.

مخطط علاقات التبادل لتسويق ت.و.خ.ف. (COFEL)



(شكل رقم 21)

ثانيا : النظام الحكومي :

1 - الديوان الجزائري للخضر و الفواكه (OFLA) :

في إطار التنظيم الجديد لتسويق الخضروالفواكه، بقي هذا الديوان محافظا على نفس الأهداف والهياكل وهيئات التسيير بيد أنها تكيفت بصورة تدريجية وفق المتطلبات المستجدة في ظل ظروف التنظيم الجديد، التي ترمي إلى تكامل نشاط هياكل التسويق المختلفة. تكلف الديوان الجزائري للخضروالفواكه ، قبل بداية كل موسم زراعي، بوضع برنامج تقديرللكميات المتدفقة من الخضروالفواكه، على مستوي السوق الوطني؛ ومن ثم تقدير الكميات المكملة التي يمكن

إستيرادها في حالة العجز ، و تقدير إمكانيات التصديرفي حالة الفائض. يقع الديوان تحت وصاية وزارة الفلاحة والإصلاح الزراعي؛ فهوهيئة تتبع مباشرة للدولة حيث تجسد مبدأ المركزية التي تضمن عملية توزيع الخضروالفواكه على المستوي الوطني بصورة فعالة، نظرا لوحدة مصدر إتخاذ القرارات.

1 . 1 - علاقات ومهام الديوان الجزائري للخضروالفواكه :

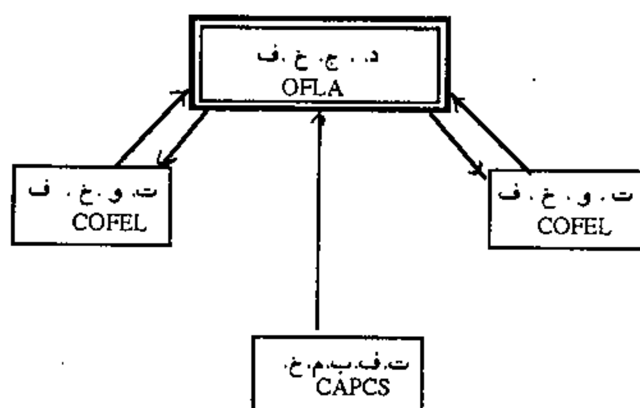
تتحدد علاقات ومهام الديوان في ظل التنظيم الجديد وفق نصوص الأمر رقم 74- 89 المؤرخ في : 01 / 10 / 1974(36- وثيقة اللجنةالوطنية للثورة الزراعية ماي 1975 ص10) الواردة في المواد من 23 إلى 28 . يرتبط الديوان بمختلف الهياكل العملية الأخرى للتسويق من خلال تقديمه المساعدة التقنية والمادية من أجل إنجازالبرامج السنوية الوطنية للتموين والتسويق.

وكماتشير المادة 23 المشارإليها أعلاه «سيقوم الديوان بتنظيم، وتموين السوق الوطنية، وهوالوحيد الذي توكل إليه مهمة نقل الفواكه والخضر من تعاونية ولائية لأخرى؛ كما يمكنه القيام بتبادلات مع ت.ف.م.خ عند الضرورة بالإتفاق مع و.خ .ف». كما يلتزم الديوان أيضاباستقبال الفائض من المنتجات التي تتوفر عليها التعاونية الولائية والتعاونية البلدية إذا أقتضى الأمر؛ ويضمن تموينها بنفس الشروط.

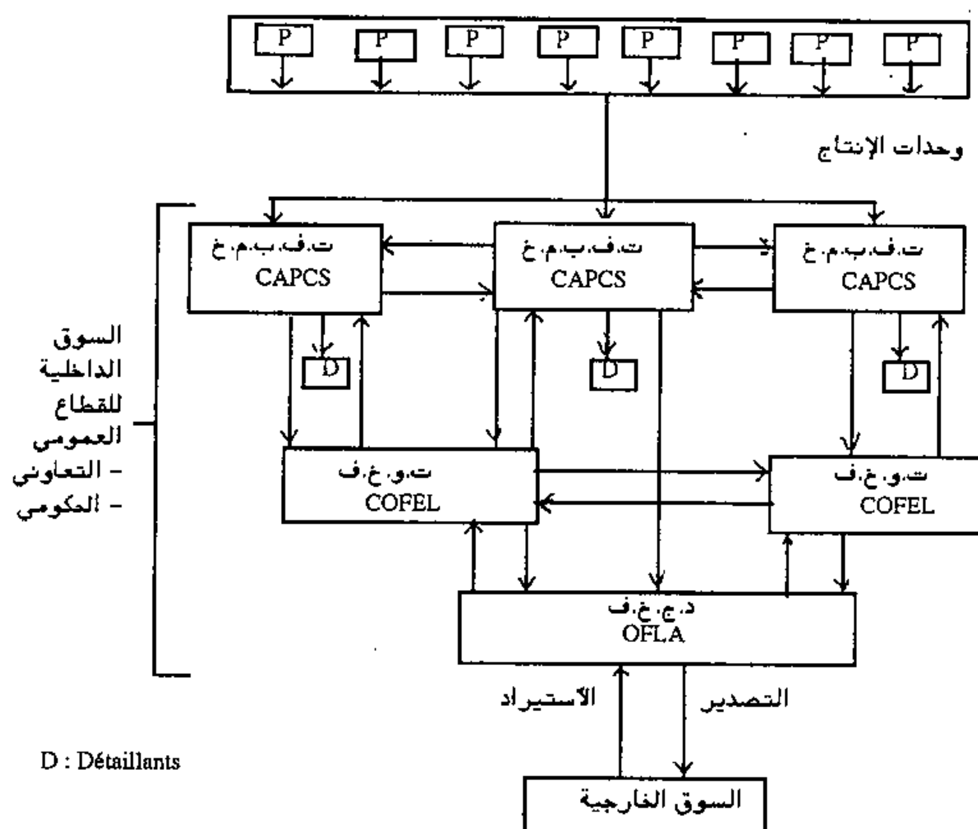
تشير المادة 25 إلى ضرورة إعداد برنامج تقديري لتسويق وتموين البلاد بالخضر والفواكه، على أساس البرامج المقرة من قبل الولايات؛ يبين فيها الكميات التكميلية الواجبة الإستيراد وبرامج التصدير. فبعد المصادقة عليه من طرف كل من وزيرالفلاحة و الإصلاح الزراعي، و وزيرالمالية، ووزيرالتجارة، يعتمد كبرنامج وطني للتسويق، والتموين بالخضروالفواكه؛ ويصبح ساري المفعول من قبل الديوان؛ ويكون ذلك قبل أول أكتوبر من كل موسم زراعي.

في مجال المساعدة التقنية يمد الديوان التعاونيات الولائية، وحتي التعاونيات البلدية، بالمساعدة التقنية المتعلقة بالتشغيل والتسيير؛ فيعد برامج تكوينية تخصه، و تخص التعاونيات الولائية والبلدية في حدود الإمكان .

والمخطط التالي يبين علاقات التبادل لتسويق الـ د.ج.خ.ف (OFLA)



والمخطط التالي يبين بصورة عامة علاقات التبادل في نظام شبكة تسويق الخضروالفواكه



(شكل رقم 22)

ثالثا : تسيير هياكل توزيع التنظيم الإشتراكي الشامل

لقد تم وضع أحكام لهيئات تسيير هياكل توزيع النظام التعاوني كما يلي :

- المرسوم رقم 72- 156 المؤرخ في 27 /07/ 1972، المتضمن القانون الأساسي النموذجي للتعاونية الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات ، بالنسبة للتعاونية الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات (CAPCS).

- المرسوم رقم 74- 199 المؤرخ في أول أكتوبر1974 ، المتضمن القانون الأساسي النموذجي لتعاونية تسويق الخضروالفواكه للولاية، بالنسبة للتعاونية الولائية للخضروالفواكه (COFEL) .

إن كلا المرسومين مدمجين في إطارإعادة التنظيم الشامل لنظام تسويق الخضر والفواكه وفق الأمر رقم 74- 89 المؤرخ في أول أكتوبر، حيث تشمل هيئات التسيير هذه على الجمعية العامة، مجلس التسيير، رئيس التعاونية مديرالتعاونية، وأخيرا مندوب الحسابات.

بالنسبة لهيئات تسييرالديوان الجزائري للخضروالفواكه ، فلقد بقيت خاضعة لأحكام القانون رقم 69-18 المؤرخ في 03/ 04 / 1969 ، المتضمن إنشاء الديوان الجزائري للخضر والفواكه.

وعليه سوف نتطرق فقط إلى معالجة هيئات تسيير هياكل توزيع النظام التعاوني و هي :

1 - الجمعية العامة :

تعتبرالتعاونية مؤسسة عمومية، ذات طابع إقتصادي وإجتماعي، تهدف إلى ضمان تصريف منتجات أعضائها باسعار مكافئة. تعتبرالجمعية العامة، الهيئة العليا التي يمكن الرجوع إليها من أجل حل المشاكل الداخلية، المرتبطة بنشاط التعاونية.

* تشكيل الجمعية العامة :

أ - التعاونية البلدية (CAPCS) : وفقا للمادة 27 من القانون 72- 156 التي تنص «تتشكل الجمعية العامة من كافة المتعاونين ...» وهم عبارة عن ممثلي :

- لوحدات إنتاج التسييرالذاتي.
- للتعاونيات الزراعية للإنتاج لقدماء المجاهدين.
- للمستفيدين فرديا من الثورة الزراعية.

ب - بالنسبة للتعاونيات الولائية (COFEL) : وفقا للمادة 16 من القانون 74 - 199 التي تشير إلى أن الجمعية العامة تتكون من مجموع رؤساءالتعاونيات الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات، التي تقع بحيز تراب الولاية التابعة لها.

* تسييرالجمعية العامة :

تنعقد الجمعية العامة للتعاونية في دورة عادية مرتين في السنة بناء على دعوة رئيس التعاونية وتحت رئاسته؛ وفي دورات غيرعادية، كلما استدعت الضرورة لذلك، بطلب من مجلس التسيير أومندوب الحسابات أوثلث أعضاءالتعاونية على الاقل. على أن يحدد في طلب الدعوة للإنعقاد مكان، وتاريخ، وساعة و جدول الأعمال. يبلغ كل عضو بذلك 15 يوما على الاقل من تاريخ الإنعقاد.

كما تجتمع الجمعية العامة بصورة إلزامية في دورة عادية خلال الاشهرالثلاثة التالية لقفل السنة المالية.

فالمدير يكون مقررالجمعية العامة. يمسك محضرالجلسات؛ وحتي تكون المداولات شرعية، يفترض حضورنصف الأعضاء؛ وإذا لم يبلغ هذا النصاب ، تؤجل إلى الشهرالموالي؛ وإذا لم يبلغ النصاب مرة ثأنية، تتداول الجمعية الثانية مهما كان عدد الحاضرين.

* مهام الجمعية العامة :

تقوم الجمعية العامة

.بتوجيه ومراقبة هيئات التسييرالدائمة . فهي تعتبر الهيئة العليا للتعاونية، حيث يمكن الرجوع إليها لحل المشاكل الداخلية أثناء قيام التعاونية بنشاطها.

.بتحديد مخطط النشاط وضبط برامج التسويق والتموين بالفواكه والخضر.

.بالمصادقة على التنظيم الداخلي للتعاونية المعد من قبل مجلس التسيير، وكذلك على القانون الاساسي للمستخدمين الاجراء.

.بالبت في تعيين أو عزل أعضاء مجلس التسيير ومندوب الحسابات بالإقتراع السري.

.بقبول أو رفض كل التبرعات و الهيبات الممنوحة للتعاونية.

.بمراجعة ميزانية آخرالسنة المالية.

.البت في كل مسالة تخص كيان التعاونية وسيرها النظامي.

2 – مجلس التسيير :

يعتبرمجلس التسيير أهم هيئة في إدارة التعاونية، من خلال السهرعلى تطبيق التوجيهات وقرارات الجمعية العامة.

* تشكيل مجلس التسيير :

من الشروط التي يجب أن تتوفر في كل عضو من أعضاء مجلس التسيير، نذكر :

- أن تكون له الجنسية الجزائرية.
- أن يبلغ من العمر21 سنة على الأقل.
- أن يكون ساكنا بالدائرة الجغرافية للتعاونية.
- ألا تربط أعضاء المجلس علاقة قرابة مباشرة، وغير مباشرة لغاية الدرجة الرابعة.

بالنسبة للتعاونية البلدية، المادة 35 من القانون رقم 72-156 تنص «يضم مجلس التسييرمن 6 إلى 12 عضوا؛ يجري إنتخابهم بالإقتراع السري لمدة 3 سنوات من قبل الجمعية العامة، ومن بين أعضاؤها؛ ويمكن عزلهم من طرف هذه الأخيرة، ويجدد ثلث الأعضاء كل سنة. لا يجوزللمسيرين أن يمارسوا مهامهم زيادة عن نيابتين متتاليتين».

و التعاونية التي تضم مابين 10 و50 مستخدما وعاملا دائما، ينتخب مندوب واحد عنهم لدى مجلس التسييربصوت تداولي؛ أما إذا كانت تضم أكثرمن 50 عاملا أو مستخدما فينتخب مندوبان عنهم لدى المجلس.

أما بالنسبة للتعاونية الولائية، فإن المادة 24 من القانون 74-199 تنص «يتكون مجلس تسييرتعاونية الولاية من 12 عضوا؛ النصف منهم ينتخب بالإقتراع السري لمدة عامين من قبل الجمعية العامة، والنصف الآخر يعينون كما يلي :

. عضو من المجلس الشعبي الولائي.
. عضو من الإتحاد العام للعمال الجزائريين.
. عضو من الإتحاد الوطني للنساءالجزائريات.
. عضو من مستخدمي التعاونية المأجورين.
. ممثل واحد عن تجارالتجزئة في الفواكه والخضر للولاية ...»

يشرط بالنسبة لأعضاء مجلس التسيير الولائي، زيادة عن الشروط السابقة، بعدم الحكم عليهم لأسباب جنائية أوجنحة مخالفة للتشريع الإقتصادي والتجاري.

* إدارة مجلس التسيير :

يجتمع مجلس التسيير مرة واحدة على الأقل في الشهر، بناء على دعوة الرئيس. كما يدعى للإجتماع كلما طلب ثلث الأعضاء ذلك. ينعقد إجتماع المجلس بحضور نصف الأعضاء، على الأقل نصف الأعضاء المنتخبين من قبل الجمعية العامة. تتخذ القرارات بالتصويت وبالأغلبية البسيطة؛ وفي حالة تساوي الأعضاء، يرجح صوت الرئيس؛ ولا يقبل التصويت بالوكالة.

* مهام مجلس التسيير :

يقوم مجلس التسيير بمتابعة ومراقبة تطبيق قرارات الجمعية العامة. يضع النظام الداخلي للتعاونية، ويعرضه على الجمعية العامة للمصادقة. يصادق على العقود والصفقات التي تعقدها التعاونية . يقوم باستدعاء الجمعية العامة للإنعقاد. يضع تقريرالنشاط السنوي للتعاونية الذي يرفع للجمعية العامة. كما يتدخل أيضا في تحديد الأسعارالمطبقة من قبل التعاونية.

يعتبرالمسيرون مسؤلون فرديا أوتضامنيا تجاه التعاونية أو الغير، سواء فيما يتعلق بمخالفات الأحكام التشريعية أوالتنظيمية للتعاونية، أوعن تلك الماسة بالقانون الأساسي، وإما عن تلك الأخطاء المرتكبة في تسييرهم.

في التعاونية الولائية، يقترح مجلس التسيير تعيين المدير، ويراقب نشاطه. كما يقترح على المجلس التنفيذي للولاية كل الإجراءات التاديبية؛ يدرس ويصادق على مشاريع الأسعارالمعدة من قبل المدير، ويقترحها على المجلس التنفيذي للولاية.

3- رئيس التعاونية :

* تعيين رئيس التعاونية :

ينتخب مجلس التسييرمن بين أعضائه المشاركين في الجمعية العامة رئيس التعاونية لمدة ثلاثة سنوات قابلة للتجديد.

* مهام رئيس التعاونية :

يقوم الرئيس بتمثيل التعاونية أمام القضاء، وفي جميع المجالات المتعلقة بالحياة المدنية. يبادر باستدعاء الجمعية العامة، ومجلس التسييرللإجتماع ويرأس مداولاتهما. يسهر على تنفيذ قراراتهما.في حين يطلب منه تقديم كل سنة :

-نسخة من تقرير مجلس التسيير .

- نسخة من الحساب الختامي وحسابات الإستغلال.
- نسخة من محضر مداولات الجمعية العامة التي قامت بمراجعة الحسابات والمصادقة عليها.

إلى كل من المجلس الشعبي البلدي المعني و الوزيرالوصي في حالة التعاونية البلدية؛ وإلى كل من المجلس التنفيذي الولائي والوزيرالوصي في حالة التعاونية الولائية. بالنسبة لهذه الأخيرة، يسلم الرئيس تلك الوثائق خاصة للمجلس التنفيذي الولائي، قصد الإقرار والمصادقة على كل الإقتراحات المتعلقة بالأسعار، ومشاريع برامج التسويق أو التموين.

كمايدخل ضمن صلاحيات مهام الرئيس أيضا في كلتا التعاونيتين التوقيع مع المديرعلى الإلتزامات المالية، وأوامر الدفع.

4 - مندوب الحسابات :

* تعيين مندوب الحسابات :

يتم تعيين مندوب الحسابات من ضمن قائمة معدة من قبل وزارة الفلاحة ومصادق عليها من قبل وزارة المالية، حيث يعين لمدة سنتين، وذلك بالإقتراع السري من قبل الجمعية العامة. كما يمكن أن يعزل من طرفها؛ وفي هذه الحالة يستطيع ممثل وزارة الوصاية أن يستدعي جمعية عامة غير عادية لفحص هذا القرار مرة أخرى؛ وعندئذ يشارك في المداولات ويحضرالإقتراع النهائي المثبت أو الملغي لقرار العزل.

ومن الشروط المنافية لهذه الوظيفة :

.القرابة المباشرة للمسير (عضو م .ت)، أو من طبيعة الزوج أوالصهر.

.الحكم السابق، إما لجناية أوبجنحة تابعة للقانون العام، أو مخالفة للتشريع الإقتصادي أو التجاري.

كما أنه لايمكن الجمع بين وظيفة مندوب الحسابات و وظيفة مسيربالتعاونية، ولا مع وظيفة مديرها.

* مهام مندوب الحسابات :

من مها ممند وب الحسابات : التحقق باستمرار من صحة العمليات المالية، والمحاسبية المثبتة في دفاترالتعاونية، وصندوقها، وجداول الجرد والميزانية الخاصة بها، وفي نهاية السنة يضع تقريرا حول نشاطه، حيث يوجه نسخة منها الى كل من الجمعية العامة، رئيس التعاونية،و وزارة الفلاحة والإصلاح الزراعي، المجلس الشعبي البلدي (في حالة التعاونية البلدية)، و إلى المجلس التنفيذي

الولائي (في حالة التعاونية الولائية).

على أن يتقاضى مقابل ذلك مبلغا تحدده الجمعية العامة للتعاونية، وفقا لمعايير معدة من قبل وزارة الفلاحة بالإشتراك مع وزارة المالية.

5 - مدير التعاونية :

* تعيين المدير :

بالنسبة للتعاونية البلدية، يتم تعيين مديرالتعاونية الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات من قبل الهيئات التابعة لوزارة الفلاحة والإصلاح الزراعي. تحدد هذه الأخيرة أجره. وهو كذلك يعزل بنفس الطريقة.

أما بالنسبة للتعاونية الولائية، فإن المدير يعين بموجب قرار من الوالي، بناء على اقتراح مجلس التسيير، وبعد أخذ رأي المجلس التنفيذي الولائي؛ ويأتي هذا التعيين اعتبارا لقائمة المؤهلات المعدة من قبل وزيرالفلاحة والإصلاح الزراعي، طبقا للقانون الأساسي الذي هو موضوع قرار وزاري مشترك بين وزير الفلاحة و الإصلاح الزراعي، و وزير الداخلية.

* مهام مديرالتعاونية :

يقوم المدير بضمان التسييرالعادي للتعاونية وفقا لقرارات مجلس التسيير. يمارس سلطته على مجموع المستخدمين المأجورين في إطارالتنظيم المعمول به؛ يوقع أوراق الإلتزامات المالية والأوامر بالدفع مع رئيس التعاونية، أومع كل عضو من مجلس التسيير الذي عين لهذا الغرض من قبل المجلس.

ويعتبرالمدير مسؤولا عن حسن مسك كل الوثائق المتعلقة بالممارسة العملية. وهو يتكلف بتحرير محاضر جلسات الجمعية العامة ومجلس التسيير. وفي حالة التعاونية الولائية، يرخص إجراء مبادلات السلع فيما بين التعاونيات الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات.

المبحث الثاني

تحليل نشاط هياكل نظام التوزيع الإشتراكي الشامل.

تقديم :

يلعب نظام التوزيع الإشتراكي دورا بارزا في النشاط الإقتصادي. و من الضرورة الملحة أن نطرح السؤال التالي : هل الأزمة التي يعيشها قطاع التوزيع خلال هذه الفترة ترجع إلى النقص في حجم الإنتاج أو إلى خلل في عملية التسييروالتنسيق ؟

وفي هذا المجال، يمكن القول أنه إذا كان البعض يرى أن مشاكل التسويق ترجع إلى النقص في الإنتاج من حيث الكم، فإن الإحصائيات التي قامت بإنجازها مصالح التخطيط في إطار المخطط الرباعي الثاني 74 / 1977 تشيرإلى أن حجم الإنتاج الوطني يعتبر كافيا لتغطية االإحتياجات الوطنية؛ وأرقام موازنة التغذية (Bilan Alimentaire) لسنة 1973 تشير إلى أن حجم الطلب من الخضر قد بلغ 630 ألف طن، مقابل حجم الكميات المنتجة التي بلغت 700 ألف طن؛ وأن حجم الكمية المطلوبة من الفواكه بلغ 420 ألف طن مقابل حجم الكميات المنتجة المقدرة 660 ألف طن. وأن تقديرات هذا المخطط تؤكد وجود فائض ثابت تقريبا إلى غاية 1980.

إن الإجابة عن هذه الأسئلة يتطلب استعراضا لنشاط نظام التوزيع، و تحليل علاقاته بقطاع الإنتاج خلال المرحلة 1974-1980، التي تميزت بالتغيرالجذري على مستوى التوزيع و الإنتاج. وفي هذا الإطار، سوف نتناول في هذا المبحث تحليل عناصرثلاثة ؛ العنصرالأول يتعلق بتحليل نشاط النظام التعاوني الذي بدوره يتفرع إلى التعاونيات الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات و التعاونيات الولائية للخضرو الفواكه؛ وسنركز على التعاونية الولائية للخضروالفواكه لولاية الجزائر، باخذها كنموذج لتحليل نشاط النظام التعاوني العنصرالثاني

يكمن في تحليل نشاط الديوان الجزائري للخضروالفواكه. وأما العنصرالاخير، فسيتناول العمليات التجارية في نظام التوزيع الاشتراكي.

أولا : تحليل نشاط النظام التعاوني

إن تنصيب النظام التعاوني بصورة رسمية لم يستطع منع الوسطاء الخواص من تنظيم سوق موازية حقيقية، من خلال ارتباطهم بالمنتجين الخواص وتجار التجزئة، ومنافسة القطاع التعاوني في منحهم لبعض الإمتيازات مثل القروض والنقل، والتي قد لايوفرها النظام التعاوني.

تلعب السوق الموازية دوراً أساسيا في تحديد الأسعار، لكون القطاع الخاص هو المسيطر في مجال إنتاج الخضر و الفواكه؛ وأن الوسطاء الخواص قد إستحوذوا على هذا الإنتاج، بتخزينه أوتحويله إلى الولايات الفقيرة من تلك المنتجات، باعتبارهم عارضين قلة. وأمام الإرتفاع النسبي في القوة الشرائية بالمناطق الداخلية، إزداد الطلب؛ وكون الأسعارفي السوق الموازية تتحدد وفق العرض والطلب، فإن ذلك أدى إلى ارتفاعها.

إن المنتجين الخواص لايتعاملون مع النظام التعاوني إلا في حالة الإستفادة من امتيازاته. فنجدهم مثلا، لايقدمون للتعاونية البلدية سوى المنتجات التي يصعب عليهم تصريفها بالسوق الموازية بسبب وفرتها أو لقلة جودتها ؛ و هو ما حدث لمنتوجي البطاطس و البصل في شهر أوت 1975. (37.EL Moudjahid du 13/04/1975) حيث كانت الأسعارالمحددة من طرف التعاونيات البلدية أحسن من أسعارالسوق الموازية؛ في حين نجد أن هذه التعاونيات تعاني فيما بعد صعوبات في تصريفها. وهو مانتج عنه ضياعا كبيرا في تلك المنتجات. ويرجع سبب هذه الوضعية إلى سوء التقديرات المتوقعة و التخطيط الغيرالسليم.

و قد يتمون كذلك الوسطاء من التعاونيات البلدية والولائية بمنتجات منخفضة الأثمان، ويعيدون بيعها بالأسواق الموازية باثمان مرتفعة، محققين بذلك أرباحا طائلة غير شرعية على حساب المستهلك.

لقد حاولت التعاونيات البلدية في العديد من مناطق البلاد فتح نقاط بيع مباشرة للمستهلك قصد حل مشاكل التصريف بنفسها و الحد من آثارالسوق الموازية على المستهلك، إلا أنها أصبحت في نفس الوقت منافسة لتجارالتجزئة، مماجعلهم يبدون سلوكا عدائيا للنظام التعاوني، أدى في نهاية الأمربغلق العديد من محلات التجزئة .

بالإضافة إلى ذلك نلاحظ عدم التنسيق فيما بين هياكل النظام التعاوني، إذ نجد أن التعاونيات الولائية تقوم بتموين تجارالتجزئة التابعين لمختلف البلديات، وبعض المجموعات المحلية كالمستشفيات والمطاعم المدرسية؛ فاصبح هؤلاء لا يتموىنون من التعاونيات البلدية بسبب منافسة التعاونية الولائية لها. ذلك ما زاد في عزلة التعاونيات البلدية.

في مجال التعبئة (Emballage) ، نجد النظام التعاوني يعاني من ضعف تلك الوسائل الضرورية (الصناديق) و التي كانت تتوفر عليها الأسواق المركزية ؛ والسبب ناتج عن سوء تقدير التعاونيات نفسها لإحتياجاتها أو التاخر في تلبية الطلبيات ؛ و عملية تحويل الأرصدة من الديوان الجزائري للخضروالفواكه إلى التعاونيات الولائية المترتبة عن تحويل هياكله بالأسواق المركزية لهذه الأخيرة، لم تؤد إلى تسوية ذلك النقص. هذا بالإضافة إلى حذف فصل «التعبئة» من البطاقات التقنية للتجهيز (Fiches Techniques d'Equipement). بالنسبة للتعاونيات البلدية، نجد أن الصناديق تستخدم في تعبئة المنتجات من المنبع إلى المصب وأن المنتجين يترددون في الإتيان بمنتجاتهم معباة؛ وقد يصعب على التعاونيات البلدية استرجاع صناديقها من المصب ؛ في حين، أن الوسطاء يعملون في أماكن الإنتاج بتعبئة منتجات صغار الفلاحين بصناديقهم الخاصة؛ و بذلك يمكن تخفيف حجم الكميات الضائعة من خلال عمليات النقل، و بالتالي رفع إنتاج أولئك الفلاحين .

وفي مجال النقل بمناسبة عملية التبادل بين التعاونيات الولائية، فإن النقص الملحوظ في وسائل هذة التعاونيات أجبرها إلى الرجوع لخدمات القطاع الخاص المتشكل من الوكلاء بالعمولة السابقين، حيث يعملون على نقل المنتجات و باسعار مرتفعة، قد تصل إلى 10% من سعر مبيعات المنتجات المنقولة؛ علاوة عن عدم العناية خلال عملية النقل هذه. أما التعاونيات البلدية التي تعتبرمجهزة بوسائل نقل كافية نسبيا، فإن تسييرها لايتم بصورة عقلانية إذ أنها تتجاهل التخطيط و التنسيق المنظم.

فيما يتعلق بالتخزين، نجد بعض التعاونيات البلدية تتوفر على مساحات للتخزين تستجيب لإحتياجاتها؛ في حين أن البعض الآخر لا تتوفر سوى على عنبر (Hangar) لايتسع لكامل نشاطها، ولا سيما بالنسبة للتعاونيات التي تقع بالبلديات الوفيرة الإنتاج . أما بالنسبة للتعاونيات الولائية، فإن المشكل يعتبرأكثر حدة، لكون أغلبها لايتوفر سوى على مستودع (Dépot) واحد، حيث تتم

فيه جميع العمليات المتعلقة بالبيع . فالتعاونيات الولائية التي تتميزبنشاطها الواسع مقارنة بالتعاونيات البلدية، تستقبل الفوائض لتسد به العجز؛ و المفروض أن تكون مجهزة بمساحات تخزين هامة للإستجابة لظروف عملها. في حين أن المحلات التي لها استعمال تجاري غير شرعي والتابعة للوكلاء بالعمولة السابقين، لم يتم استرجاعها من طرف التعاونيات الولائية؛ بل بقيت تستخدم للتخزين من طرف أولئك الأشخاص و في إطار غير شرعي .

أما فيما يخص تشكيل الأسعار، فإننا نجدها تتحدد بمرسوم الموسم. ويؤكد على أن هذا التحديد ينفرد بنقص أساسي إذ أنه لا ياخذ بعين الإعتبار الظروف الموضوعية للنشاط الفلاحي على أرض الواقع؛ منها مثلا، التاخر في تسليم الأسمدة و البذور للمنتجين، مما يرغم الفلاحين، في أغلب الأحيان، إلى شرائها من السوق السوداء باثمان عالية؛ كما أنهم قد يعمدون إلى اكتراء الجرارت لخدمة أراضيهم باسعار مرتفعة من القطاع الخاص. و في ظل هذه الظروف، يجد المنتجون أنفسه بتكاليف إنتاج أعلى من الأسعار التي تم تحديدها في إطار مرسوم الموسم، وهي أسعارغير مكافئة للعملية الإنتاجية لانها لم تاخذ بعين الإعتبار جميع العوامل التي تدخل ضمن تكلفة الإنتاج.

وفي مجال تسوية المبيعات، تعاني التعاونية البلدية من أسلوب تسوية المشتريات؛ وهو أحد الأسباب التي تجعل المنتجين يترددون في تسليم منتجاتهم إليها. فالمقدارالقليل من أموال الصندق (أموال التداول) التي يمنحها لهاالبنك الوطني الجزائري وهو لا يتجاوز 1000 دج في الشهر، غير كافي لسد ثمن التسليمات التي تفوق مبلغ 100 دج.

1 - التعاونيات الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات :

منذ تكليف التعاونيات الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات بمهمة تسويق الخضر والفواكه، إبتداء من أكتوبر 1974 وعملية التسويق بها تشكل جانبا هاما من نشاطها؛ خاصة تلك التي تقع بالمناطق ذات الإنتاج الفلاحي الوافر من الخضر و الفواكه. فهي تتلقى المنتجات من وحدات الإنتاج الإشتراكي الموجودة بحيز بلديتها والتي يفرض عليها تسليم إنتاجها إلى هذه التعاونيات بصورة إلزامية؛ غير أنه في الواقع العملي، نجد قسما من إنتاج هذه الوحدات يحول عن طريق الوسطاء السابقين . مما ساعد على خلق سوق موازية مزدهرة، ينشط بها على الخصوص صغار الفلاحين وأولئك الذين لم يبلغهم بعد، أثر التاميم للثورة الزراعية، حيث كانوا يعملون على تصريف أغلب منتجاتهم بهذه الأسواق .

وفي هذا المجال، تقدرمصالح مديرية الفلاحة بولاية الجزائرأنه خلال 76/ 1977 فإن وحدات الإنتاج الإشتراكي تساهم في تموين التعاونيات الفلاحية البلدية بحوالي 90 %، بينما النسبة الباقية 10% يساهم بها قطاع الإنتاج الخاص؛ غيرأن هاتين النسبتين تختلفان من موسم لآخر، ومن بلدية لأخرى.

في حين أن هذه التعاونيات تبيع منتجاتها إلى تجارالتجزئة والمجموعات المحلية و أسواق الفلاح بنسبة 30% ، فإن الباقي يحول إلى التعاونية الولائية للخضر و الفواكه؛ غيرأننا نجد مثلا ت.ف.ب.م.ج لبلدية الشراقة قد وصلت بها تلك النسبةإلى 63,3 % ، وهو ما يبين أن العديد من تجار التجزئة يا تون من بلديات أخرى مجاورة، خاصة منها الحضرية كبوزريعة، الأبيار، بئرمراد رايس وغيرها؛ لكون هذه التعاونية تسهل لهم الدخول إليها، كما تقدم لهم تشكيلة واسعة من المنتجات، أفضل من التعاونيات الولائية.

إن التعاونيات الولائية للخضر و الفواكه تمارس نفس العمل على مستواها؛ فهي تبيع إلى التعاونيات الفلاحية البلدية الواقعة بحيز ترابها وإلى تلك التي تقع بالولايات الأخرى. ونلاحظ أن هذه الممارسة قد أزداد انتشارها منذ موسم 76 / 1977؛ وهي عملية تتم على حساب نشاط الديوان الجزائري للخضروالفواكه، لكون المبادلة بين الولايات تدخل ضمن مهام الديوان.

وتجدر الإشارة إلى التمييز بين نوعين من ت.ف. ب.م يتم حسب طبيعة نشاطها. فهناك تعاونيات يغلب على نشاطها تسويق الخضر، خاصة تلك التي تقع بالشريط الساحلي المحاذي للبحر، ومنها مايغلب على نشاطها تسويق الفواكه، خاصة منطقة متيجة و المنطقة التي تلي الشريط الساحلي للداخل.

2 - التعاونيات الولائية للخضر و الفواكه :

توجد تعاونية ولائية للخضروالفواكه بكل ولاية من ولايات الوطن. بذلك تكون موزعة توزيعا عادلا على مختلف مناطق التراب الوطني؛ وتعتبر حلقة جديدة من شبكة التوزيع. مبدئيا، تقوم بتجسيد سياسة الدولة في مجال التوزيع، المتمثلة في التحكم في تجارة الجملة، بعد إبعاد الوكلاء بالعمولة من الأسواق المركزية الخاصة. تتكلف التعاونية الولائية ببرمجة وتنظيم وتحقيق مجموع العمليات المتعلقة بتسويق الخضر و الفواكه على مستوى تراب الولاية، بالتنسيق مع الديوان الجزائري للخضر و الفواكه. وعليه، فإنه في إطار نشاطها، تقوم بتنظيم و ضمان تموين سكا ن الولاية بالتنسيق مع التعاونيات الفلاحية البلدية الموجودة بالولاية من جهة، والديوان من جهة ثانية. وعمليا على

التعاونية الولائية أخذ الفائض من منتجات التعاونيات الفلاحية البلدية المنتسبة لها. تقوم بتسويق الجملة للخضر و الفواكه على مستوي الولاية، كما تعمل على تموين التعاونيات الفلاحية البلدية بالمنتجات التي تحتاجها، وتترك الفائض للديوان الجزائري للخضر و الفواكه.

وما تجدرالإشارة إليه أن إنشاءالتعاونيات الولائية للخضروالفواكه لم يكن ليتم في نفس الوقت؛ كذلك، نجد أن تنظيمها لم يكن بنفس المستوى؛ وحتى بالنسبة للإمكانيات المادية والبشرية لم تكن متناسبة في جميعها. وفي هذا المجال، تعتبرالتعاونية الولائية للخضر و الفواكه للجزائر العاصمة نموذجا جديرا بالدراسة و التحليل.

2 . 1 - تحليل نشاط التعاونية الولائية للخضروالفواكه للجزائرالعاصمة

* الهياكل القاعدية للتعاونية :

إن أول تجربة للتعاونية الفلاحية للتسويق (CACOM) تمت على مستوى ولاية الجزائر في 1974/05/23 و دامت أكثر من أربعة أشهر، حيث أنخرطت بها التعاونيات الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات للولاية. و قد مكنت من إيجاد تصور عام فيما يتعلق بفكرة تعاونية على مستوى كل ولاية؛ وهوما تم فعلا في 1974/10/08 بإنشاء التعاونية الولائية للخضر و الفواكه التي حلت محل التعاونية الفلاحية للتسويق؛ من ذلك تم تحويل جميع هياكل البناء ووسائل العمل التي كانت بحوزة التعاونية الفلاحية للسويق وجانبا من تلك التي كانت تسير من طرف الديوان إلى التعاونية الولائية للخضروالفواكه. إن هذه الأخيرة في مجموعها تتكون من ثلاث وحدات و هي : السوق المركزية سابقا التي تقع ببلكور، السوق المركزية سابقا بالحراش، وتعاونية الأرز سابقا بالحراش.

أ - وحدة بلكور:

تعتبرأهم وحدة تجارية بالنسبة للتعاونية الولائية، حيث تضم 15 جناحا إشتغلت لغاية 1979. وتقوم هذه الوحدة بتصريف في المتوسط حوالي360 طنا من الخضر و الفواكه يوميا؛ فهي بذلك تضمن تموين البلديات الحضرية للعاصمة.

ب - وحدة الحراش :

وتعتبر الثانية من حيث الأهمية. فهي تضم 6 أجنحة؛ وتعمل على تصريف حوالي 6,5 ألف صندوقا يوميا، بكمية متوسطة تقدر ب 100 طن يوميا. تمون بالأساس تجارالتجزئة التابعين للبلديات شبه الحضرية، و البلديات التي تقع بشرق الولاية.

ج - وحدة الأرز : (Unité des Cèdres)

تاتي في المرتبة الثالثة؛ و هي تشمل ثلاثة أجنحة للبيع، حيث تقوم بتصريف ما يقارب 50 طن من المنتجات يوميا. تمون مختلف المجموعات العمومية المتواجدة بتراب الولاية و عددهم يقارب ثلاث مائة. تتوفرالتعاونية الولائية على نقاط بيع بالتجزئة؛ أهمها تلك التي تقع ببلدية سيدي أمحمد، ثم تلك التي تقع ببلديتي المدنية والقبة. و للأسف تتميز كذلك بعدم إنتظام تموينها و توفقها أحيانا أخرى.مما جعلها عاجزة على منافسة تجارالتجزئة المتواجدين بجانبها في تلك الأسواق.

* تنظيم حركة المنتجات عبر المنبع و المصب :

تنظم حركة المنتجات بالتعاونية الولائية للخضرو الفواكه للجزائر العاصمة من خلال وحداتها الثلاثة على مستوى المنبع باستقبالها للمنتجات، وعلى مستوى المصب بتصريفها، كما يلي :

أ - تنظيم حركة المنتجات عبرالمنبع :

على مستوي المنبع، تستقبل وحدات التعاونية الولائية منتجات الخضروالفواكه من أصحابها بصورة عامة من خلال مكتب الإستقبال؛ حيث تفرغ من قبل عمال الوحدة لتراقب بعد ذلك من قبل مفتشي الصحة النباتية؛ فتوزن بحضورالعون التجاري وحاملها؛ يتلقى هذا الأخير وصلا من القائم بالوزن، فيحول هذا الوصل إلى القائم بالمحاسبة التحليلية الذي يقيد بسجله جميع المعلومات الموجودة بالوصل والمتعلقة بنوع وصنف المنتوج، عدد الصناديق، وزن ومبلغ الحمولة . و غيرها من المعلومات، لياخذ حامل البضاعة معه وصل الإستقبال بعد مراقبته من قبل المحاسب؛ حيث يقدمه لمسؤول الصندوق من أجل تلقي مبلغ ثمن الحمولة، إذا كان المورد من القطاع الخاص؛ أما إذا كان من القطاع الإشتراكي، فتسلم تاشيرة ببيان الحمولة، لتتم عملية الدفع فيما بعد عن طريق البنك الوطني الجزائري، والتي عادة ماتكون شهريا؛ أما في حالة وجود نزاع ما، فإن عملية الدفع لاتتم إلا بعد فض النزاع؛ وفي هذه الحالة تتراوح آجال الدفع ما بين شهرين و ثلاثة أشهر.

ب - تنظيم حركة المنتجات عبرالمصب :

على هذا المستوى، يتم تنظيم حركة خروج المنتجات بعد نهاية حركة دخولها خلال النهار. تفتح وحدات التعاونية أجنحتها على الساعة الخامسة صباحا لإستقبال زبائنها (كما هومحدد في علاقاتها) حيث يجدون تشكيلة واسعة من المنتجات معروضة بالمربعات؛ وبمجرد أن يتحدد اختيارهم على المنتجات باي

مربع من المربعات، يقوم مسؤول المربع بتسليم وصل الرفع للزبون وفق الأسعارالمحددة بجدول التسعيرة (La Mercuriale) ؛ توزن السلع وتسجل بوصل الرفع، حيث يراقب مسؤول الصندوق الأسعار و يجري عملية الحساب و يسلم للزبون الفاتورة؛ وبعد دفع الثمن ترفع السلعة من طرف هذا الأخير. كما يعمل مسؤول الصندوق على تحويل نسخة من فاتورة الزبون إلى القائم بالمحاسبة التحليلية، ليسجل تلك المعطيات على سجله. وابتداء من الساعة السابعة صباحا تصبح أسعار جدول التسعيرة قابلة للتغيير؛ حيث يمكن لمسؤول الجناح بموافقة المدير التجاري تخفيض الأسعار، حسب كمية ونوعية المنتجات التي بقيت بدون تصريف.

* تطور الكميات المسوقة عبر التعاونية الولائية :

إن الكميات من الخضروالفو اكه المسوقة عبرالسوق المركزية لبلكور قبل بداية تطبيق الثورة الزراعية، كانت في تزايد مستمرخلال الفترة 1966-1971، حيث بلغت نسبة الزيادة حوالي 64 % ؛ لكنه إبتداءا من سنة 1972 أصبح الوضع عكس ذلك، وهو مايبينه الجدول التالي :

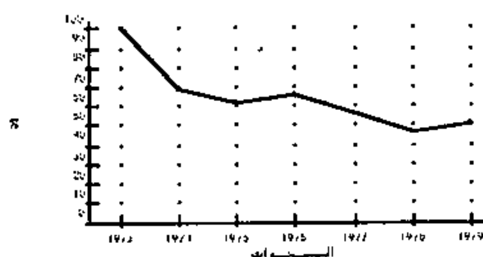
تطور تسويق كميات الخضر و الفواكه بوحدة بلكور(السوق المركزيةسابقا) باعتبارها أهم وحدة بالنسبة للتعاون خلال الفترة 1973-1979

و : طن

السنوات	الكمية	%
	التطور بالكمية و النسبة	
1973	188 871	100
1974	128 853	68,22
1975	117 976	62,46
1976	12 2 851	65,04
1977	105 354	55,78
1978	874 58	46,31
1979	956 28	50,63

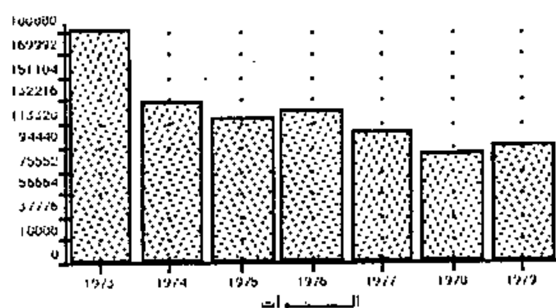
المصدر : مديرية التعاونية الولائية للخضروالفواكه للجزائر

(جدول رقم 26)



تطور نسبة تسويق الخضر والفواكه بوحدة بلكور - السنة 1973 القاعدية

(بيان رقم 1.26)



تطور تسويق كميات الخضر والفواكه 1973-1979 بوحدة بلكور

(بيان رقم 2.26)

الجدول السابق يبين أن هناك إتجاه عام للميل نحو الإنخفاض للكميات المسوقة من الخضر و الفواكه بوحدة بلكور، إبتداء من سنة 1974 وهي بداية العمل بتنظيم التسويق الشامل إلى غاية 1979 ، بنسب هي على التوالي: (31,78-)، (-34,96 %)، (-44,22 %)، (-53,69 %)، (-49,37) ؛ وأن أدنى انخفاض كان سنة 1978، حيث بلغت نسبته على ما يزيد عن النصف من الكميات التي تم تصريفها سنة 1973؛ ويعزا هذا الإنخفاض الشديد إبتداء من السنة الأولى من إنشاء التعاونية الولائية بالأساس إلى سلوك أولئك الوسطاء (الوكلاء بالعمولة، وتجار الجملة) الذين رفضوا الإندماج في التعاونية الولائية، وفضلوا العمل خارج محيط السوق المركزية سابقا باستحواذهم على جانب هام من إنتاج القطاع الخاص في إطار السوق الموازية.

كما أن لامركزية تنظيم تسويق الخضروالفواكه، أدت إلى تفرع هياكل التسويق القديمة، وبعث النشاط فيها تدريجيا على مستوى ولايات القطر التي أنتقل عددها من 15 إلى 31 ولاية في 02 /07/ 1974 في إطار إعادة الإصلاح الإداري؛ بموجبه أصبحت كل ولاية تملك هياكل توزيع خاصة بها إبتداء من 1975. غير أن الملفت للإنتباه بهذه الوحدة، أنه كان متوسط دخول المنتجات إليها يتراوح مابين 40 و 45 ألف صندوق يوميا خلال الفترة 1973/70، ثم انخفض هذا المعدل إلى 17 ألف صندوقا خلال الفترة 1979/1976؛ وهو انخفاض شديد يقدرب (-57,8 %) . وهذا يعزا إلى الأسباب التي ذكرناها سابقا؛ بالإضافة إلى كون العديد من منتجي

القطاع الخاص الذين انسحبوا من السوق تماما بحكم تاميمهم في إطار الثورة الزراعية، و أن البعض من الفلاحين الخواص لم يعمدوا إلي جني محصولاتهم.

وبصورة عامة، فإن التعاونية الولائية للجزائر قد تراوحت نسبة تموينها من الديوان الجزائري للخضر و الفواكه مابين 20 و 30 ٪ ، ومن التعاونيات الفلاحية الأخرى بـ 7٪ ؛ خاصة من الفواكه خلال الموسم 1879/78 . ترجع أسباب انخفاض النسبة الأخيرة إلى قلة وسائل النقل، النقص في الإعلام والتنسيق، علاوة عن التسيير البيروقراطي، وغيرها.

إن هذه النقائص أدت إلى فرض تدخل القطاع الخاص بشروطه، قصد تموين هذه التعاونية بتشكيلة واسعة من المنتجات بلغت نسبة 34٪ خلال الموسم 77- 1978 و 32 ٪ في 1979-78 و 30٪ في 80-1981

.((37- ELMoudjahid du 23/12/ 81)

إن التعاونيات الولائية لم تكلف نفسها في مجال تقديم تسهيلات قصد ضمان تموين منتظم لتجارالتجزئة يسمح بربط صلة متميزة بين المنتج والمستهلك، ماعدا تعاونية ولاية الجزائرالتي حاولت القيام بعملية التوزيع لغاية المل في مارس 1979 بالنسبة لجميع تجارالتجزئة بتراب الولاية، حيث أبدو رغبتهم في ذلك. وهو قرار يهدف أساسا إلى ضمان تموين المواطنين بانتظام. إلا أن هذه العملية لم تر النجاح المتوخي منها لكون تجارالتجزئة يفضلون الأسواق الموازية، لبوفاريك ،الاربعاء، وبودواو ... إلخ حيث لايتقيدون بجدول التسعيرة الذي يفرض عليهم عند البيع.

ومن أجل التخفيف من وطاة الأسعارعلى المستهلكين تم تشجيع إنشاء تعاونيات إستهلاكية على مستوى البلديات والأحياء، والزيادة في بناء منشآت أسواق الفلاح على مستوى التراب الوطني، من أجل الوصول إلى أقصى المناطق الداخلية وحيث أنها تقوم بعرض جميع أنواع منتجات الإستهلاك باسعاربعيدة عن كل مضاربة؛ لذلك فإنها تعتبر أداة فعالة للمحافظة على القدرة الشرائية للمستهلكين.

كما تم وضع مصلحة للإعلام التجاري بوزارة التجارة تقوم بإعداد جدول يومي للأسعار يكون تطبيقها على مستوى التراب الوطني؛ ومن ثم مراقبتها والتاثير في العرض عن طريق مطالبة التعاونيات الولائية المعينة جغرافيا بالتدخل بطرح كميات كافية من المنتجات في السوق، قصد الحد من الإرتفاع في الأسعار. و على سبيل المثال ، نذكر أنه في 17 جوان1981 لوحظ بالبويرة أن

سعرمنتوج البطاطس قد إرتفع إلى 5 دج، وبتدخل التعاونية الولائية بأمر من مصالح وزارة التجارة قصد الزيادة في العرض بتموين السوق بكميات كافية إنخفض سعر هذا المنتوج إلى 2 دج.

3 - التسيير المالي في النظام التعاوني :

تعتبرعمليات المبادلة موضوع نشاط هياكل النظام التعاوني للتسويق، وهي عمليات ذات طابع تجاري، إلا أن التعاونية البلدية والولائية للتسويق تستفيد من الإعفاء الضريبي.

وعلى غرارالسنة الفلاحية، تبدأ السنة المالية بالنسبة لكل من التعاونيتين في أول أكتوبر وتنتهي في 30 سبتمبر من كل موسم فلاحي. وكلتهما تضبط محسابتها وفقا للمخطط المحاسبي المعد خصيصا لها؛ وعند ممارستها لأكثرمن نشاط، يكون لكل نشاط حساب للإستغلال خاص به. فالتسييرالمحاسبي للتعاون الفلاحي يفرض على التعاونية البلدية أن تنخرط بالتعاونية الفلاحية للمحاسبة والتسيير الواقعة بدائرتها، وأن يكون لها محاسب معين من قبل الوزارة الوصية، حيث يدفع له أجره من قبل التعاونية المستخدمة. أما بالنسبة للتعاونية الولائية فإن محاسبها يعين من قبل مجلس التسيير، بعد مصادقة المجلس التنفيذي للولاية عليه.

3 . 1 - تحصيل الموارد :

تتكون موارد التعاونية من تلك التي تحصل عليها من نشاطها المتعلق بعمليات التسويق المنجزة، وتلك الخاصة بالخدمات التي تقدمها للشركاء، أوغير الشركاء (مثلا كالنقل)، وذلك وفق جدول تسعيرة مصادق عليه من قبل وزارة الفلاحة والإصلاح الزراعي. وبانتهاء السنة المالية، تقررالجمعية العامة الفائض المحصل عليه . يتم ذلك على اقتراح مجلس التسيير بإعداد حساب ختامي تحدد فيه مجمل إيرادات و نفقات السنة، ومن ثم تحديد الفائض من تلك الإيرادات بعد حسم تكاليف الإستغلال والنفقات العامة، والتي يكون من ضمنها جميع الإستهلاكات والإحتياطات؛ كما يراعي في تحديد الفائض، الأرباح والخسائر الإستثنائية للسنة المالية الجارية، والسنو ات المالية السابقة.

3 . 2 - تخصيص الفائض :

بعد تحصيل مقدار مبلغ الفائض السنوي، ، يتم تخصيص الفائض وفق المادة 53 من المرسوم رقم 72- 156 المؤرخ في 1972/07/27 بالنسبة للتعاونية الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات؛ و وفق المادة 53 للمرسوم 74- 199 المؤرخ ب 1974/10/01

بالنسبة للتعاونية الولائية للخضروالفواكه.

تنص المادة 53 «تقرر الجمعية العامة عند إختتام كل سنة مالية، وبناء على إقتراح مجلس التسيير، إذا كان يقتضي تخصيص فائض متوفر من نشاط التعاونية طبقا للمادة 54 أدناه ...».

كما تنص المادة 54 «تستنزل من الفائض السنوي المبالغ الضرورية لتغذية صناديق التعاونية التي تلحق بها، وفقا للكيفيات وترتيب الأولوية المحددة أدناه؛ و تحدد هذه المبالغ المستنزلة كما يلي :

* 10 ٪ لصندوق الإحتياط القانوني لغاية إدراكه ضعف رأسمال الشركة.

* 20 ٪ لصندوق المال المتداول لغاية إدراكه الثلث على الأقل من التكاليف الكاملة الخاصة بالإستغلال.

* 15 ٪ من الرصيد لصندوق مخصص لتمويل تجهيزات التعاونية.

* 5 ٪ للصندوق الوطني للتعاون.

ويوزع الباقي بين الشركاء في شكل مسترجعات بنسبة حجم العمليات المتممة مع التعاونية، أو يخصص للصناديق المحددة بقرار الجمعية العامة».

أما المادة 41 فتنص على أنه «يقتطع من الفائض السنوي المبالغ اللازمة لتمويل صناديق التعاونية التي تزود حسب كيفيات ترتيب الأسبقية المبينة أدناه ؛ وتحدد هذه الإقتطاعات كما يلي :

* 10 ٪ إلى أن يبلغ صندوق الإحتياط السنوي المكون لضعف مبلغ رأسمال التعاونية.

* 20 ٪ إلى أن يكون صندوق التداول يساوي على الأقل الثلث من تكاليف إستغلال التعاونية.

* 15 ٪ من باقي الرصيد المعد لتمويل تجهيزات التعاونية.

* 10 ٪ لصندوق العلاوات المخصصة للمستخدمين المأجورين.

* 5 ٪ تدفع للصندوق الوطني للتعاون.

والباقي يوزع بين الشركاء على شكل مسترجعات، حسب نسبة حجم العمليات المتممة مع التعاونية، أو يخصص لصناديق تنشأ بقرار من الجمعية العامة».

ثانيا : تحليل نشاط الديوان الجزائري للخضر و الفواكه

يقوم الديوان بمهمة ضبط (Régulation) وتموين السوق الوطنية بمنتجات الخضر والفواكه مهما كان مصدرها من الداخل أومن الخارج؛ وبالتالي له حق إحتكار التجارة الخارجية.

كما أن الديوان هو الوحيد المؤهل للقيام بعملية التحويل من تعاونية ولائية لأخرى. يمكنه أيضا بالإتفاق مع التعاونيات الولائية المعنية القيام بالمبادلة مباشرة مع التعاونيات الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات؛ ويفرض عليه قبول إستيلام الفائض المحقق من طرف التعاونيات الولائية، و كذلك الفائض المحقق من قبل التعاونيات الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات.

تعد برامج التسويق للولايات من قبل التعاونيات الولائية بموافقة الديوان، وفق معطيات خاصة بها، والتي على أساسها يعمل الديوان على إعداد برنامج تقديري لحركة منتجات الخضر و الفواكه بالسوق الوطنية، والكميات المكملة التي يمكن إستيراد ها في حالة العجز؛ و كذلك الكميات الممكن تصديرها في حالة توقع فائض في الإنتاج. وهو برنامج يتم إعداده قبل بداية كل موسم زراعي، ويعرض على كل من وزارة الفلاحة والتجارة، والمالية، قصد الموافقة عليه.

كما يتكلف الديوان بتقديم المساعدة التقنية لكل التعاونيات الفلاحية البلدية، والتعاونيات الولائية، قصد تسهيل وتحسين تسييرها. غير أن التنظيم الشامل الجديد للخضر و الفواكه في 1974 قد أعاد تحديد مهام الديوان؛ مما جعله يفقد جانبا كبيرا من مهامه. إذ أصبح لا يقوم بوظيفة التوزيع بالتجزئة. و قد فقد الدور الإستراتيجي الذي كان يقوم به ما عدا الجانب الخاص بالتجارة الخارجية إذ هو الوحيد الذي يتكلف بالإستيراد و التصدير. أما على المستوى الداخلي، فتقتصر مهمته في توزيع الكميات الفائضة من الخضر و الفواكه التي بحوزة بعض التعاونيات الولائية على تلك التي بها عجز.

لقد واجه الديوان في مجال ضبط برامجه التموينية صعوبات جمة لكونه لايتحكم في المخطط الزراعي على مستوى الإنتاج، خاصة فيما يتعلق بالمنتجات الإستراتيجية كالبطاطس ، البصل و الثوم و غيرها؛ حيث قد تختفي هذه المنتجات في فترات فراغ الإنتاج، ليلجأ إلى إستيرادها، كما جرت به العادة مع

الأسف في العديد من المواسم. غير أنه فيما بعد بدأ يحتاط أكثر بتشكيل مخزون أمان من الإنتاج المحلي؛ ذلك ماحدث عندما إنخفض عرض منتوج البطاطا وارتفع سعره في أواخر 1981 ، حيث عمل على مواجهة هذا العجز بمخزون أمان قدرب 66 ألف طن، كان في أغلبه من محصول معسكر؛ و قد إستمر في تغطية إحتياجات البلاد إلى غاية شهر فيفري 1982.

وفي إطار إعادة هيكلة نظام تسويق الخضروالفواكه في كل المراحل الموالية لتطبيق الثورة الزراعية، أصبح المسؤولون عن هذا القطاع يدركون أن تجربة بناء الإشتراكية في مختلف البلدان أظهرت أنه من المستحيل إعادة تنظيم وتنمية الفلاحة والصناعة على أسس إشتراكية دون إنشاء في نفس الوقت نظام تجاري حكومي وتعاوني، من شانه السماح بالقيام بعملية تخطيط الإنتاج الفلاحي و الصناعي. ويرون أن التسويق الإشتراكي للخضروالفواكه سيحتل الصدارة على مستوى التجزئة خلال نهاية الموسم 1977- 1978. وعلى التوزيع الإشتراكي أن يعوض توزيع التجزئة الخاص على المستوى الوطني حيث لم تبق إلا الأسواق المحلية الواقعة بالمناطق غزيرة الإنتاج والتي تتمون بالفائض من منتجات وحدات الإنتاج الإشتراكي، ومنتجات الفلاحين الخواص الذين لم ينخرطوا بعد بالتعاونيات الفلاحية للإنتاج، حيث يتم تحديد الأسعاربهذه الأسواق المحلية وفق العرض و الطلب.

من ذلك شرع في إنشاء «أسواق الفلاح»، خاصة بالمدن الكبرى. كانت مهامها تختلف عن مهام الأسواق العمومية، بإعتبارها محلات مساحات كبرى متخصصة في البيع بالتجزئة لجميع المنتجات الغذائية. تقوم بتصريف منتجات كل من وحدات الإنتاج الإشتراكي والتعاونيات، بأسعارمحدد سقفها وفق جدول التسعيرة ومحترمة، و هي في متناول غالبية الفئات الإجتماعية. إستمرنشاطها تحت وصاية الديوان إلى غاية إعادة هيكلة هذا الأخير من جديد سنة 1983 ؛ حينها أشرفت عنها المديريات الجهوية للتجارة التابعة لوزارة التجارة. إستمر إنشاء أسواق الفلاح ليشمل كامل مناطق التراب الوطني، حتى تلك المحرومة منها.

الجدول التالي يبين ذلك التطور من 1977الى1981

السنوات	الوحدات المنجزة	م.العاملين	الكتلة الاجرية الشهرية(د.ج)	رقم الاعمال الإجمالي السنوي (د.ج)-
1977	01	188	244 000	90 مليون
1978	02	340	493 000	" 126
1979	09	862	1 336 000	" 326
1980	11	1 136	1 874 00	" 347
1981	53	3 682	6 653 50	" 1 004
المجموع	76	6 208	10 600 550	" 1 893

المصدر : ENAFLA Direction du Commerce Interieur

(جدول رقم 27)

1 - تحليل العميات التوزيعية للديوان

1.1 - مراقبة النوعية : (توحيد الضوابط) (Controle de la Qualité ou Normalisation)

الهدف من عملية مراقبة النوعية هو ضمان شرعية المبادلات التجارية لمنتجات الخضروالفواكه والسهرعلى حماية المستهلكين؛ وهي تتم على مستوى الإنتاج والتسويق من أجل رفع نوعية المنتجات و تنمية الصادرات.

وفي ظل عدم وجود نصوص تشريعية تنظم عملية مراقبة نوعية منتجات الخضرو الفواكه، تكتفي الأطراف المتعاملة باحترام مجموعة من المبادىء العامة الأساسية في إطارتعاقدي، تتمثل في تمام نضج المنتوج من غير إفراط، سليم من غيرتلف بيولوجي أو عطب ميكانيكي، نظيف، بدون زوائد عالقة به، خال من الغش بعدم خلط جميع الأصناف مع بعضها.

إن تطبيق هذه المعايير يتم على مستوى الإنتاج؛ غير أن الديوان غالبا ما يعيد النظر في نوعيته مسببا نزاعات، حيث يكون فضها على حساب وحدات الإنتاج إذ أن إحتكار الديوان يجعله يناقش من مركز قوة.

2.1 - عمليات التكييف (Le conditionnement):

تتمثل عملية التكييف في مجموع التقنيات الخاصة بتهيئة و عرض منتجات الخضر والفواكه، حيث تتم عن طريق الفرز والتنظيف والمعايرة (Calibrage) وإجراء عمليات التحويل الكيمياني البسيط . تقع محطات التكييف عادة بالمناطق غزيرة الإنتاج قصد إختصار المسافة بينها وبين وحدات الإنتاج قدر الإمكان.

قبل سنة 1963 كانت عملية تكييف الخضر و الفواكه تتم بمحطات منتشرة وفق متطلبات تجارية «على مستوى ناحية الجزائر تتواجد حوالى 130 محطة 72 منها تابعة للمفاوضين، و 21 ٪ تابعة للمنتجين، 6 ٪ للتعاونيات»

(38-Colloque A. BENSEGNI Conditionnement de F. et L. Alger 1981 P.29)

غداة الإستقلال، وضعت أغلب محطات التكييف تحت إشراف الديوان الجزائري للتسويق، ثم الديوان الوطني للإصلاح الزراعي الذي أقام لها الإطار الإداري من أجل تسييرها في ظروف ملائمة. كما أعد لها مخططا لتحديثها؛ تم إعادة تجهيز (08) ثماني محطات بصورة كاملة في ظرف أربع سنوات. خلال النصف الآخير من السبعينات لوحظ نقص في الصادرات المدعمة، و المنتجات التي كانت تصدر، لم يشاهد تصريفها على مستوى السوق الوطني وهو مايدّل على انخفاض مستوى الإنتاج خلال هذه المرحلة؛ من ذلك ، أصبح عدد كبيرا من مراكز التكييف يقوم بعملية تكييف المنتجات التي يتم تصريفها بالسوق الوطنية.

3.1 - عمليات التخزين المبرد :

إن تطورتكنولوجية التبريد الإصطناعي جعل إستخدامها شائعا في العديد من النشاطات؛ وبصورة خاصة، في مجال حفظ المواد الغذائية التقليدية. بجانب هذه الطريقة، نجد التجفيف باشعة الشمس، الحفظ بالتمليح (الملح) ، الحفظ بالتدخين؛ وهي طرق تستخدم بكل فعالية في حفظ كميات محدودة من المواد الغذائية. إلا أن التبريد يعتبر الوسيلة الوحيدة التي يمكن بواسطتها حفظ كميات هامة من المنتجات الغذائية في أقصر مدة ممكنة. يعمل التبريد على حماية المنتجات من التلف والمحافظة على جودتها و طزاجتها (Fraicheur). تكون درجة الحرارة منخفضة خلال مدة تختلف حسب طبيعة وخصائص كل منتوج. تسمح عملية التبريد للصناعة التحويلية بشراء وحفظ المنتجات الغذائية خلال مواسم إنتاجها، حيث تكون الأسعارمنخفضة، وإستخدامها في عمليات التحويل طيلة بقية السنة دون إصابتها بالتلف.

وباختصار تهدف عملية الحفظ عن طريق التخزين المبرد إلى :

- حفظ المنتجات القابلة للتلف من أجل تخفيض الخسائر وتسهيل عملية التوزيع.
- مساعدة عملية التوزيع في التوسع جغرافيا.
- إمتداد وفرة المنتجات عبرالزمن.
- التقليل من تذبذبات الأسعار.

ومن الخضر التي يمكن تخزينها لمدة طويلة نجد البطاطس ، البصل والثوم . أما الفواكه، فهناك الحوامض و العنب فقط . فالحوامض المنتجة في فيفري و مارس تحفظ بالتبريد قصد إستهلاكها في شهر جوان؛ عنب المائدة المنتج في أوت و سبتمبر يحفظ من أجل إستهلاكه في أكتوبر. من ذلك نلاحظ أن أغلب منتجات الخضر و الفواكه تتحمل التخزين لأمد قصيرفقط .

ونظرا لأهمية نظام التبريد، ومن أجل تحقيق الديوان الجزائري للخضروالفواكه لأهدافه، عمد إلى إنشاء سلسلة من مركبات التبريد عبر كامل التراب الوطني. من ذلك، تحسنت قدراته في مجال التخزين المبرد، مما سمحت له بتوفير انتظام عرض المنتجات بالسوق الوطنية، و ضمان معالجة أفضل للتموين بالمناطق المنتجة لها بالجنوب. نشير مثلا، بالنسبة للمناطق المنتجة للتمور، أن طاقة التخزين بالتبريد إرتفعت من 18000م3 سنة 1981 إلى 39000 م3 سنة 1982.

والجدول التالي يبين كيفية توزيع إمكانيات الديوان في مجال التخزين المبرد إلى غاية 1982.

المواقع	الحجم م 3	المواقع	الحجم / م3
عنابة	14 400	وهران	1,50
سطيف	4 800	غيليزان	1 000
معسكر	4 500	برج منايل	2 300
سعيدة	4 500	تيزي (معسكر)	17 000
عين بنيان	1 200	بسكرة	5 000
جمعة	10 200	الوادي	4 600
الأصنام	20 000	طولقة	4 500
المحمدية	20 000	توقورت	7 600
عين مليلة	19 000	ورقلة	4000
الجزائر	1 500	سيدي بلعباس	10 000
المجموع	160 300 م 3		

المصدر : (ENFLA Direction Régionale du Marché)

(جدول رقم 28)

إن مراكز التبريد الواردة في الجدول تتوزع كما يلي :

أ - مراكز التبريد تخص منتوجا واحدا أوعددا من المنتجات حيث تقع بالمناطق وفيرة الإنتاج منها :

* مراكزالتبريد للإنتاج أحادية : وهي قريبة من مواقع الإنتاج. تقوم بتخزين منتوج واحد فقط كتخزين التمور بمراكز بسكرة، توقرت، وطولقة ، ومراكز تخزين البطاطس معسكر.

* مراكز التبريد المتعددة الخدمات : تكون قريبة من مواقع الإنتاج. وتقوم بتخزين مجموعة من المنتجات مثل مراكزالمحمدية لتخزين الحوامض.

ب - مراكزالتبريد للإستهلاك : تقع بالمناطق العمرانية الكبرى ذات الإستهلاك الواسع والفقيرة في الإنتاج كمركزسطيف، سيدي بلعباس وغيرها. وهي دائما متعددة الخدمات.

ج - مراكز تبريد للتوزيع : تقع بين مراكز التبريد للإنتاج، ومراكزالتبريد للإستهلاك. وهي تعمل على تخفيف الضغط عليهما ، في حالة وجود فائض بها . ويمكن إستخدامها في حالة التصدير والإستيراد. إن عملية تبادل المنتجات فيما بين المخازن، تتم بواسطة شاحنات مبردة، قصد تجنب انقطاع عملية التبريد التي تكون بالضرورة ثابتة على مستوى جميع حلقات التوزيع.

1 - 4 التعبئة : (Emballage)

التعبئة هي الوسيلة التي بواسطتها يمكن حمل المنتوج من موقع إنتاجه إلى موقع تصريفه النهائي أو حمله لمراكز التكييف ، ومن ثم تعبئتها بصورة نهائية، بعد مراقبتها وتصنيف جودتها، لتاخذ طريقها نحو المستهلك النهائي من خلال قنوات التوزيع المختلفة. وتعتبر التعبئة سواء بالنسبة للخضروالفواكه أوبالنسبة للمنتجات الصناعية، تابعة باكملها للإنتاج؛ وهي آخرحلقة في العملية الإنتاجية.

تلعب التعبئة دورا رئيسيا في إنجاح شروط حمل المنتوج، وتسويقه. وعليه يجب أن تكون ملائمة حسب طبيعة نوع المنتوج من أجل تحقيق الأهداف التالية :

.حماية المنتوج من العطب الميكانيكي أو المناخي.

.عرض المنتوج بشكل ملائم و جذاب.

.تسهيل عمليات التوزيع.

.أن تكون إقتصادية قدر الإمكان.

على مستوى التسويق الخارجي، أي بالنسبة للتصدير، فإن تطبيق المعايير الدولية على مستوى الحاملات (Palettes) والتعبئة فإن ذلك لايدعو للإعتراض عليه.
أما بالسوق الداخلية، فإن تعميم إستخدام مايسمى بصناديق الجني (Caisses de Cueillettes) من طرف الديوان الجزائري للخضروالفواكه قد يسبب الكثير من العطب للمنتجات لكونها غير ملائمة كوسيلة للتعبئة النهائية؛ كما أن تشتتها الواسع أدى إلى فقدان عدد كبيرمنها وبالتالي إلى خسارة مالية معتبرة على عاتق الديوان. ولمواجهة هذه المشكلة، كان على الديوان القيام بدراسة تقدير التكاليف للوقوف على نوع صناديق التعبئة الخاصة. فقط بعمليات الجني والنقل إلى محطات التكييف. و قد عمد على تنمية التعبئة الأولية لاسيما بالنسبة لبعض المنتجات كالحوامض والبطاطس، والتمور وغيرها، بطريقة ميكانيكية في شكل أكياس ورقية أوبلاستيكية، أوشبكات على مستوى محطات التكييف الجهوية، لمواجهة الإحتياجات الناتجة عن إنشاء أسواق الفلاح، لغرض تسهيل والإسراع في عملية التوزيع؛ ومن ثم التقليص في التكاليف والمحافظة على جودة المنتجات.

ثالثا: تحليل العمليات التجارية في نظام التوزيع الإشتراكي الشامل

1 - سعر الإنتاج وسعر الجملة :

إن أسعار المرسوم المحددة لأسعار الإنتاج التي كان يطبقها الديوان الجزائري للخضروالفواكه يتم حسابها من طرف المعاهد الزراعية المتخصصة، على أساس معاييرنظام التكاليف مضافا إليها هامش إستفادة. فمن المفروض أن تكون مكافئة لنشاط المنتجين؛ لكن تكاليف الإنتاج في الحقيقة لاتتغيرمن منطقة لأخرى فحسب، بل من مزرعة لأخرى، لأسباب طبيعية وغيرها. لذلك أستحدث نظام جديد من أجل تحديد الأسعار عند الإنتاج؛ يتم بناء على إقتراح وزير الفلاحة والإصلاح الزراعي، حيث يتشاور مع المنتجين الزراعيين عن طريق الإتحاد الوطني للفلاحين الجزائريين والإتحاد العام للعمال الجزائريين، وهيئات التسويق، والمجالس التنفيذية الولائية، والمجالس الشعبية للولايات، وذلك كما تشير إليه المادة 35 من الامر رقم 74-89 الصادر في 1974/10/01؛ ويحددها المرسوم 28/75 المؤرخ في 1975/01/22 المتضمن تحديد أسعارشراء الخضروالفواكه عندالإنتاج خلا ل موسم 1974-1975، خاصة في مادته التاسعة.

وهي أسعارمن شانها أن تضمن حدا أدنى لجهود المنتجين، والتي لايجوزالنزول إلى دونها باي حال من الأحوال؛ بالإضافة إلى أن المنتجات التي لها صفة الضرورة الأولية تخضع لإجراءات خاصة، هدفها العمل على توحيد وإستقرار أسعارها على مستوى التراب الوطني. إذ تعد قائمة بشانها وتراجع و حيث يتم تحديد المجال المتعلق بتوزيعها وسعرها للإستهلاك؛ وذلك وفق مرسوم يتحدد بناء على إقتراح مشترك بين وزيرالفلاحة ووزير التجارة حسب المادة 36 من الأمر 74-89 .

كما تنص المادة 39 أيضا أن « الولاة، بناء على إقتراح التعاونيات الولائية للتسويق، وبعد إستطلاع رأي المجلس التنفيذي، يقررون بصفة دورية الأسعارالواجبة الدفع للمنتجين وأسعارالجملة والتجزئة على إقليم ولايتهم. و يقوم وزير التجارة بتوجيه ومتابعة ومراقبة نشاطات الولاة فيما يخص تحديد أسعارالفواكه والخضر» وتضيف المادة 10 من مرسوم موسم 74-1975 رقم 75-28 أنه «.. باستثناء المنتجات الموجهة للتحويل، وبالنسبة لكل منتوج، فإ ن الزيادة في الأسعارالأدنى المحددة من قبل الوالي، لايمكن في كل الأحوال أن تتجاوزنسبة 10٪». وعلى هذا الأساس تتحدد قائمة تسعيرة المنتجات (La Mercuriele) على مستوى الولاية بناء على إشتراك الديوان الجزائري للخضروالفواكه والتعاونية البلدية، وكذلك التعاونية الولائية لمناقشة وتحديد أسعارالإنتاج وأسعارالجملة على مستوى ولايتهم وذلك كل 15 يوما، حيث يؤخذ فيها بعين الإعتبارإقتراحات المنتجين والمستهلكين بالناحية.

2 - هامش التسويق :

يتحدد الهامش الذي تتحصل عليه هيئات التسويق مقابل تدخلها لإتمام عملية مبادلة المنتجات وفق المادة الأولى من مرسوم الموسم رقم 74- 198 الصادرفي 1974/10/01 التي تنص «تقتطع هيئات تسويق الخضروالفواكه المشار إليها في الأمر 74- 98 الصادرفي 10/01- 1974 هامشا وحيدا إجماليا للربح، أثناء عملية تسويق الخضر و الفواكه الطازجة والخضرالجافة، التي تخضع لإجراءات إستقرار وتوحيد الأسعار، حيث يغطي الهامش الوحيد الإجمالي الخاص بالتدخل، أجورمجموع المصالح والعمليات التي تنجزها هيئات التسويق، إبتداء من رفع المنتجات من التعاونية الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات إلى غاية بيعها لتاجر التقسيط ».

في حين تنص المادة 4 من نفس المرسوم على أن «تأخذ كيفيات توزيع هامش الربح الوحيد الإجمالي بين هيئات التسويق بعين الإعتبار أهمية العمليات والأخطارالتي تتحملها ، و كذلك كيفيات تسليم المنتجات المعينة».
وهامش الربح الوحيد الإجمالي هذا، لايجب أن يتعدى 30 ٪ من سعر الإنتاج بالنسبة لكل منتوج، والذي من المفروض أن يتوزع بين مختلف هياكل التسويق التي يمر عبرها المنتوج.

3- توزيع هامش الربح الوحيد الإجمالي :

تتحدد كيفيات توزيع هذا الهامش بين هياكل التسويق العمومي المتدخلة في إنجاز عمليات التسويق وفق المرسوم رقم 74- 178 لـ 1978/10/01 و القرار الوزاري رقم 1657 الصادرفي 1974/10/23. وعليه يتوزع الهامش الوحيد الإجمالي المحدد بنسبة 30 ٪من سعرالإنتاج بين الهياكل المتدخلة وفق الحالات التالية، والمبنية في المخطط أدناه.

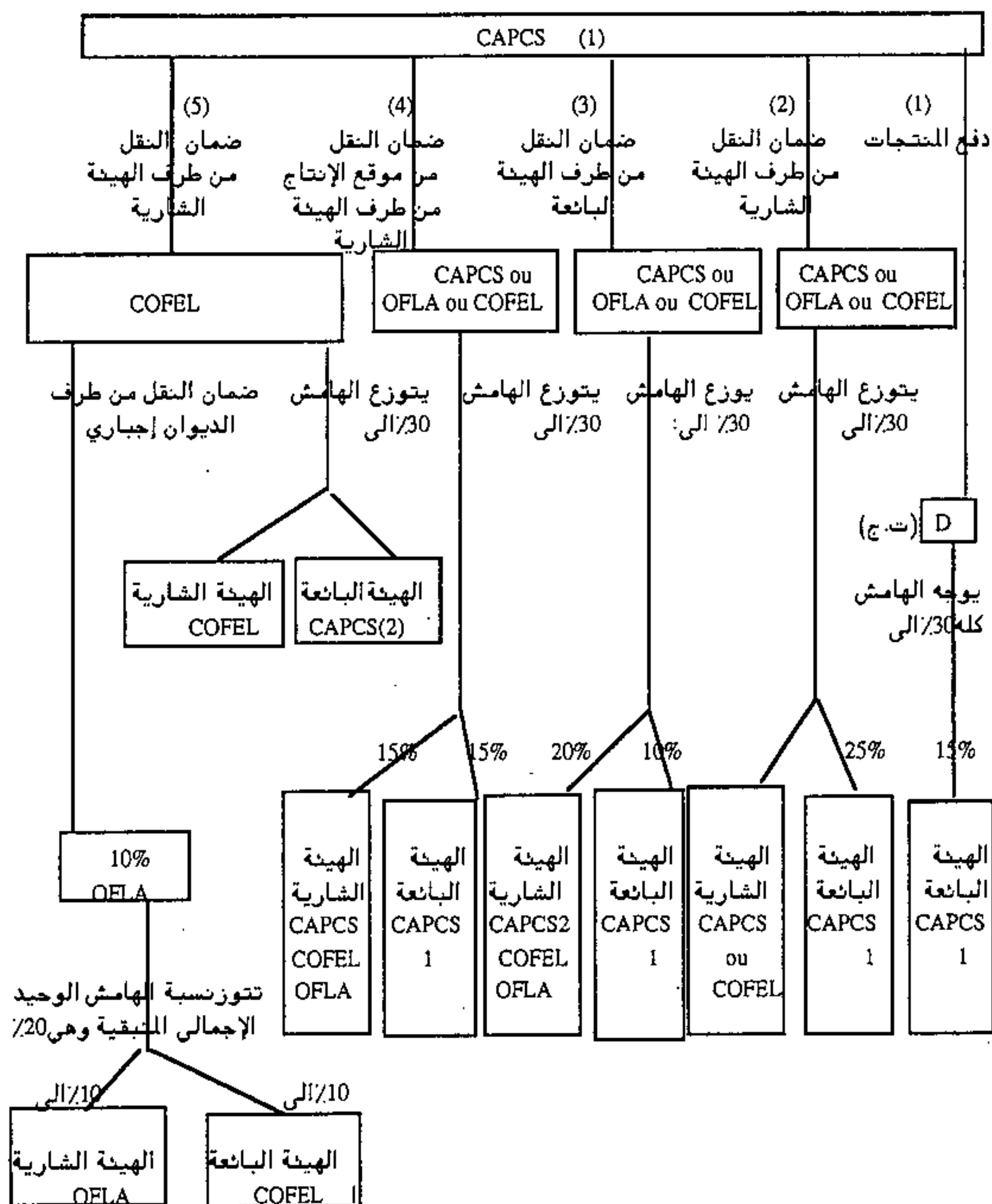
أ - إذا قامت التعاونية الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات (CAPCS) بتصريف المنتجات التي تسلمتها من المنتجين، مباشرة إلى تجارالتجزئة التابعين لمحيطها الإقليمي، فإنها بذلك تستحوذ عل كامل نسبة الهامش الوحيد الإجمالي المقدرة بـ 30 ٪ من سعر الإنتاج، وهوماتبينه الحالة الأولى في المخطط .

ب - عندما تبيع (ت.ف.ب .م.خ أي CAPCS) إلى هيئات التسويق العمومي الأخرى(ت.و.خ.ف أي COFEL) أو إلى(د. ج .خ .ف أي OFLA) أو إلى ت.ف.ب.م.خ أخرى و يتم رفع المنتجات من طرف الهيئات الشارية، فإن التعاونيات البائعة تقتطع 10٪ والهيئات الشارية تقتطع 20 ٪ من سعرالإنتاج؛ وهوماتبينه الحالة الثانية من المخطط .

ج - نفس الحالة الثانية، غيرأن رفع المنتجات يكون من مواقع الإنتاج من طرف الهيئة الشارية؛ فالهامش في هذه الحالة يتوزع بين الهيئة البائعة والهيئة الشارية على أساس 5 ٪ و 25 ٪ على التوالي.

د - أما إذا كانت (ت.ف.ب.م.ج. أي CAPCS) تبيع إلى (ت .و.خ .ف. أي COFEL) و هذه الأخيرة بدورها تبيع إلى(د.ج .خ. ف .إي OFLA) على أن تكون عملية النقل مضمونة من طرف الهيئة الشاري، فإن توزيع نسبة الهامش تكون 10 ٪ إلى الهيئة الأولى و20 ٪ إلى الهيئة الثانية؛ على أن تتوزع النسبة الأخيرة مناصفة بين الهيئة الثانية والثالثة 10 ٪ لكل منهما؛ كما توضحه الحالة الخامسة في المخطط التالي.

مخطط توزيع الهامش الوحيد الإجمالي بين هياكل التسويق العمومية



شكل رقم 23

4 - التسعير الخارج عن إطار الهامش الوحيد الإجمالي :

ففي إطار خارج عن توزيع هذا الهامش، فإن المرسوم رقم 74-89 يضع شروطا أخرى تنظم الإقتطاعات التي يمكن أن تقوم بها التعاونية الفلاحية البلدية، والولائية، والديوان الجزائري للخضر والفواكه، وذلك وفق الصورة التالية .

1 . 4 - في حالة تحويل المنتجات فيما بين التعاونيات الولائية للخضر والفواكه، وقيام الديوان بشراء المنتجات موضوع التحويل (بسعر الجملة بالولاية مصدر الإنتاج في لحظة التحويل)، فحسب المادة 8 من المرسوم أعلاه، فإن الديوان يدفع بالإضافة إلى سعر الجملة للولاية مصدر الإنتاج في لحظة التحويل 10 سنتيمات بصورة جزافية على الكلغ الواحد كمكافاة لتكاليف النقل

2 . 4 - بالنسبة للمنتجات المستوردة، الهامش المقتطع من قبل الديوان بمناسبة توزيع الخضر و الفواكه (عدا تلك التي هي غير خاضعة للأحكام الخاصة باستقرار وتوحيد الأسعار) على التعاونية الولائية والبلدية حدد بموجب المادة 9 بـ 40 ٪ .

3 . 4 - التعاونيات البلدية والولائية المموّنة بالمنتجات المستوردة من قبل الديوان أو شراء هذه المنتجات من تعاونية ولائية للخضر والفواكه أو أكثر، يرخص لها إضافة 5 ٪ على الأكثر من سعر الشراء من الديوان.

المبحث الثالث

تحليل العلاقات فيمابين هياكل تنظيم التسويق الشامل

تقديم :

في إطارنشاط هياكل نظام التسويق، توجد اتفاقية (Convention) عامة مصادق عليها من قبل وزارة الفلاحة والثورة الزراعية، من شانها تنظيم مجموع العلاقات مابين أجهزة التسويق فيمايخص عرض وتصنيف المنتجات (Agréage)؛ لكن ذلك لا يمنع من حدوث نزاعات بين التعاونية الفلاحية البلدية و الولائية من جهة و الديوان الجزائري للخضروالفواكه من جهة أخرى.

إن نظام التسويق هذا يقوم على أساس مسار أفقي مزدوج : التعاونية الفلاحية البلدية -التعاونية الولائية من جهة ، والتعاونية الولائية - الديوان الجزائري للخضر و الفواكه من جهة ثانية. و مهامها إستقبال كل المنتجات الفائضة عند المنبع و تسليمها إلى الهيكل الموجود عند المصب. غير أن الواقع العملي يختلف عن ذلك. فعملية البرمجة وضبط السوق لم تجر عادة بالصورة المنتظرة؛ مما خلق اضطرابات في العلاقات ما بين المتعاملين؛ والنقص في التنسيق أدي حتما إلى فقدان في المنتجات، و من ذلك خسائر مالية معتبرة في أغلب الاحيان.

أولا : العلاقة بين التعاونيات الفلاحية البلدية و التعاونيات الولائية

إن قلة المرونة التي تتميزبها العلاقة بين التعاونية البلدية والتعاونية الولائية، من خلال نشاطهما المتعلق بتبادل منتجات الخضر و الفواكه، تفسربوجهتي نظر مختلفتين لكل من التعاونيتين.

1- من وجهة نظرالتعاونية الولائية :

ترى التعاونية الولائية أنه عندما يكون الطلب شديدا، فإن عملية البيع

تصبح عشوائية من قبل التعاونية البلدية، حيث تتم لأي كان، سواء لتجار التجزئة بالبلدية أو خارجها للمجموعات العمومية، لمعيدي البيع بل وحتى لزبائن خارج الولاية، دون الأخذ بعين الإعتبار احتياجات التعاونية الولائية. والأمر يكون عكس ذلك، في حالة ما إذا كان العرض يفوق الطلب؛ فتصبح التعاونية الولائية الزبون المفضل للتعاونيات البلدية بغض النظر عن امكانيات التصريف المتوفرة لديها. تشير المعلومات المستقاة من الميزان الختامي لموسم 1979/1978 لتعاونية ولاية الجزائر المعد في أفريل 1980 أن النتائج المالية المسجلة مع التعاونيات البلدية كانت سلبية، مقارنة بنسبة الهامش النظرية المقدرة ب 15 ٪ ؛ وأن الكسب المفقود من رقم الأعمال بلغ 4 ٪ أي بعجز يقدر بـ 998 496 4 دج .

و هذا التطور السلبي للهامش المحقق، يبين تدهور الوضعية مع التعاونيات البلدية من موسم لآخر.

2 - من وجهة نظر التعاونيات الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات :

ترى التعاونيات البلدية أن التعاونيات الولائية لا تعمل على رفع الفائض من المنتجات التي تلاحظ أنها ليست ذات مردودية في الغالب؛ مما يؤدي بالتعاونيات الولائية بدورها إلى رفض المنتجات من وحدات الإنتاج. وهذه الوضعية تحدث خاصة في فترة أوج موسم الإنتاج، التي تكون فيها المنتجات شديدة الوفرة بالأسواق، حيث تعمل التعاونية الولائية على ترشيد وعقلنة وسائلها المادية والمالية، بالعمل على تسويق منتجات أخرى يكون عليها الطلب أكبر، وبالتالي تكون أكثر مردودية.

أحدثت هذه الوضعية آثارا سلبية على الإنتاج؛ أدت إلى عدم قدرة الفلاحين على تصريف منتجاتهم مما حال دون تشجيعهم على عملية الإنتاج؛ فأصبح هذا الأخير ينخفض باستمرار.

ثانيا : العلاقة بين الديوان و هياكل النظام التعاوني

إن العلاقة بين الديوان وهياكل النظام التعاوني تميزت بعدم التنسيق أكثر من العلاقة بين التعاونية الولائية و البلدية، إذ أن الديوان لم يستطع أن يلعب الدور الموكل له في إطار تنظيم تسويق الفائض من المنتجات على مستوى كل ولاية. و في الحقيقة ، هناك جانب كبير من المنتجات تتبادل بين المناطق دون مرورها بالديوان.

1- من وجهة نظر الديوان :

يرى الديوان أنه لم يتمتع بعلاقات جيدة مع النظام التعاوني. فالتعاونيات لاتحاول عادة طلب خدماته إلا في الحالة التي يكون فيها البيع بخسارة، أوعندما تكون المنتجات غيرصالحة للإستهلاك. وفعلا، فإن جانبا من هذا المآخذ صحيح، لكون التعاونيات البلدية غالبا ما تقدم للديوان فائض منتجاتها من نوعية رديئة بسبب سوء التكييف الأولي، أوبسبب سوء معالجتها الناتج عن رداءة النقل. كما أن القطاع الخاص يقدم للتعاونيات الولائية منتجات غيرصالحة للبيع سواء بالأسواق المحلية أو الموازية. و هذه الممارسات الغيرالشرعية ساهمت فعلا في تدهور العلاقة بين النظام التعاوني والديوان؛ تلك العلاقة التي في الحقيقة لم تكن ودية منذ البداية، إذ لم يعمل الديوان على الإسراع بوضع تحت تصرف النظام التعاوني الوسائل المادية والتقنية التي ورثها عن الديوان؛ ومع مرور الزمن تراكم لدى النظام التعاوني جملة من المشاكل، صعب فيما بعد حلها.

2 - من وجهة نظرالنظام التعاوني :

يرى النظام التعاوني أنه كان على الديوان أن يقبل تسلم كل فائض التعاونيات الولائية والبلدية من منتجات الخضروالفواكه؛ بيد أننا نجده دائما مترددا فيما يخص احترام هذا الإلتزام، متسببا بذلك في خسائر مادية ومالية، على حساب أجهزة النظام التعاوني والوحدات الإنتاجية. إذ أن الديوان صار يسلك في نشاطه سلوكا رأسماليا يسعى لتحقيق أوفر ربح ممكن. فهو يعتبر أن هامش الربح الذي يحصل عليه والمقدر في أقصى الحالات ب 25 ٪ من إجمالي المبيعات غير كاف؛ لذا يلجأ إلى استيراد منتجات في الغالب يكون طلبها في السوق الداخلية غير مبرر، لا لشيء إلا لكونها ذات مردودية، حيث يحصل على هامش يقدر بـ 40٪ من إجمالي المبيعات؛ ونظرا لعدم إمكانية تصريفها فإنها تتعرض للتلف.

ومن أجل التقليل من خسائرالنظام التعاوني، تم وضع الديوان في علاقة مباشرة مع المنتجين؛ مما جعلهم يتحملون نتائج سوء تسييرالديوان في الحالات التالية :

- حالة تأخرالديوان في رفع المنتجات من وحدات الإنتاج والذي يؤدي إلى تلفها وغير قابليتها للإستهلاك؛ عندها يرفض الديوان قبولها و تعتبرخسارة فعلية على وحدات الإنتاج.

- حالة رفع المنتجات من قبل الديوان في آجالها؛ غير أنه يتأخر كثيرا في

دفع الثمن قد يصل عدة شهور.

- في حالة قيام الديوان برفع المنتجات بنفسه من قبل هياكل النظام التعاوني ووحدات الإنتاج، وفيما لايسترجع الصناديق التي أخذ فيها المنتجات، فإن ذلك يعيق عملية الجني، و من شانها أن تسبب أضرارا مادية ومالية بالنسبة للتعاونيات و وحدات الإنتاج على حد سواء.

لتلك الأسباب وغيرها، نجد أن هياكل النظام التعاوني ووحدات الإنتاج الإشتراكي، تحاول تجنب قدرالإمكان التعامل مع الديوان، حيث صارغير مرغوب فيه مثل ماكان عليه قبل 1974.

ومن أجل معالجة الوضعية ومنع تعرض النظام الجديد لتسويق الخضر و الفواكه للخطر، أتخذت إجراءات لتصحيح الوضع، تمثلت في صدور التعليمة الرئاسية في ماي 1975 تحت رقم 1060 شانها تطبيق النظام الجديد لتسويق الخضر والفواكه حيث بموجبها أوكلت للولاة : «وضع الديوان أمام مسؤولياته فيما يخص رفع كل الفائض من منتجات الخضر والفواكه، وتعويض العجز. في حالة ما إذا كان هذ الجهاز لايقوم بمهامه كما ينبغي، فإن الوالي بإمكانه أن يسمح لتعاونية ولايته من أن تتمون بنفسها من الولايات الأخرى المجاورة لها»؛ وهوالأمرالذي أدى إلى الحد من تدخل الديوان؛ ومن ثم التقليص في نشاطه. لذلك فإن الأمر لم يتوقف عند ذلك، بل هناك إجراءات أخرى قد أتخذت من أجل تقليص أكثر لدورالد يوان، حيث تمثلت في تعليمة رئاسية ثانية رقم 51 في 1976/01/16 التي ذهبت إلى أبعد من ذلك، حيث تدعوالولاة بالمناطق شديدة الإستهلاك، باستعمال إمكانيات التبادل المباشر قدر الإمكان مع المناطق التي لديها فائض، بإبرام عقود معها في مجال التموين. وتطبيق تلك الإجراءات أدى إلى تخفيض ملموس في نشاط الديوان فيما يخص التسويق الداخلي .

ثالثا : علاقات النظام التعاوني عند المنبع و المصب

تتميزعلاقة أجهزة النظام التعاوني مع المنتجين عند المنبع، ومع تجارالتجزئة عند المصب بعدم المرونة، ونقص الفعالية، نتيجة الممارسة البيروقراطية في تسيير التعاونيات البلدية و الولائية.

1- العلاقات عند المنبع :

وتتمثل في العلاقات مع المنتجين عند المنبع، إذ يرى المنتجون أن بيع منتجاتهم إلى كل من التعاونيات البلدية والولائية تتعرض لضررمن جانبين :

أ - ضرريتعلق بالجانب الطبيعي للمواد : فعندما توجه المنتوجات إلى التعاونية البلدية أو الولائية، فعادة أن تلك التعاونية لاتقبل سوى جانب من الإنتاج فقط، الذي يكون بإمكانها تصريفه. لذلك نجد خلال كل موسم مساحات مغروسة تبقى دون جني، حيث تتلف المنتوجات وهي في الأرض؛ أو أن تتم عملية الجني متأخرة؛ الأمرالذي يؤثرعلى النوعية. كذلك ينسب المنتجون إلى التعاونيات شراء منتجاتهم بادنى الأسعار بصورة دائمة، في حين أن أسعار المرسوم تحدد أسعار الإنتاج العليا و الدنيا حسب نوعيتها.

وحيث أن النظام التعاوني هوالوحيد المؤهل لتصريف منتجات قطاع الإنتاج الإشتراكي، لذلك فالتعاونيات البلدية تفرض على وحدات الإنتاج القيام بجني المنتوج الذي يكون الطلب عليه كبيرا على حساب المنتوج الذي لايتطلب جنيه التأخير. مما يؤدي إلى تلفه؛ كما نرى نفس الممارسة يطبقها الديوان.

ب - ضرر يتعلق بالتاخيرفي دفع ثمن المنتجات : في العادة، كان على أجهزة النظام التعاوني أن تدفع ثمن مشترياتها يوميا؛ وهي عملية هامة للسيرالعادي لوحدات الإنتاج الإشتراكي، ومن ثم حث المنتجين الخواص على الإنخراط بقطاع التسويق الإشتراكي. وفي الحقيقة، فالتعاونيات البلدية لاتتجاوزخزينة الصندوق (Fonds de Roulement) لديها 1000دج شهريا؛ مما يجعلها غير قادرة على دفع مبالغ مشترياتها لمورديها الذين يتضررون من بطء عملية الدفع على الحساب.

وعليه فإن العمل يتم وكان وحدات الإنتاج الإشتراكي هي في خدمة النظام التعاوني للتسويق في حين أن المنطق يفرض العكس.

2- العلاقات عند المصب :

وهي العلاقات التي تتم مع تجارالتجزئة عند المصب وتعتبر هامة لأنه من خلالها يمكن للنظام التعاوني للتسويق أن يعمل على الحد من تاثيرتجارالجملة، باعتبار أن مصادرالتموين متعددة، حيث تتمثل في التعاونيات البلدية، و الولائية، الديوان، السوق الموازية، المنتجون؛ وأن قانون العرض والطلب هوالذي

يسيّر النشاط التجاري لتجار التجزئة.

ولمواجهة الوضعية، وعلى سبيل المثال، قامت تعاونية ولاية الجزائرفي مارس 1979 بعملية، أطلقت عليها «البيع لتجارالتجزئة عند المحل»على مستوى الولاية، والتي في إطارها، تم تقديم كل التسهيلات لحوالي 150 تاجر تجزئة الذين سجلوا أنفسهم بوحدات تعاونية الولاية، واستطاعوا الإستفادة من مجانية نقل المنتجات. عدم الإحتفاظ بصناديق التعبيئة والأعفاء من دفع رسومات، دخول السوق ومقابل ذلك، على تجارالتجزئة احترام الأسعارالمحددة بجدول التسعيرة (Mercuriale). لكن هذه العملية لم تلق النجاح المنتظر منها بسبب دافع الربح الذي أصبح فوق أي اعتبار.

تقييم نظام التوزيع الإشتراكي الشامل

إن تقييم الفصل الخامس المتعلق بالتنظيم الإشتراكي الشامل للتوزيع، سيتم من خلال تقييم نشاط النظام التعاوني والحكومي، حتي يمكن تلمس نقاط القوة والضعف فيهما؛ ومن ثم محاولة معرفة تلك الاسباب التي أدت إلى استمرارنشاط توزيع الجملة الخاص للخضر و الفواكه.

وفي هذا الإطار، يمكن القول أنه إذا كانت السلطات السياسية والإدارية قد استطاعت إقصاء القطاع الخاص إداريا، فإنها لم تتمكن من إقصائه ميدانيا. إذ نجد أنه قد إستمرفي نشاطه بشكل مواز في الخفاء؛ وصار يفرض نفسه شيئا فشيئا في الميدان أمام مرأى هذه السلطات، مستغلا في ذلك نقائص قطاع التوزيع الإشتراكي الذي لم يتمكن بدوره من بلوغ الأهداف المرجوة منه. مما أوجد قناعة فيما بعد لدى السلطات لأول مرة بضرورة إعادة النظرفي التنظيم الشامل للتوزيع بداية من سنة 1978، لتتجسد بصورة واضحة في الميدان في بداية الثمانينات، على إثر تحرير سوق الجملة للخضر والفواكه وأسعارها؛ ذلك بالإعتراف بفئة الوسطاء الخواص. لكن دون محاولة وضع تنظيم لقواعد نشاطها؛ مما جعلها تعمل بصورة حرة و فوضوية؛ وهو ما صعب أكثر مهمة قطاع التوزيع الإشتراكي في مجال نشاطه.

أولا : تقييم نشاط النظام التعاوني و الحكومي

1- تقييم نشاط النظام التعاوني :

لقد كان النظام التعاوني لتسويق الخضروالفواكه تسيره هيئات منتخبة وأن التعاونيات الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات، والتعاونيات الولائية للخضر و الفواكه، هي امتداد منطقي لنمط الإنتاج الإشتراكي، وأن المنتجين المسيرين لإستغلالاتهم يشاركون في تسييرتصريف منتجاتهم من خلال هذه التعاونيات ، وهم بالتالي يمثلون السلطة اللامركزية.

في حين أن مديري التعاونيات هم معينون من قبل وزارة الفلاحة الوصية؛ إذن يمثلون السلطة المركزية، وبالتالي فهم بمثابة الهيئة التنفيذية بالنسبة للنظام التعاوني المعمول به في إطارالتشريع الوطني الذي تمخض عنه توجيه ثنائي، أي سلطة مزدوجة للامكزية من جهة، وللمركزية من جهة ثانية؛ تختصرفي نهاية الأمرفي كل من سلطات الرئيس، مقابلة لسلطة المدير، وغالبا مايكون

اتخاذ القرار مرجحا في جانب المدير.

فبالنسبة للتعاونية البلدية المتعددة الخدمات (CAPCS)، يعتبر مجلس التسيير فيها أهم هيئة من حيث المهام الممنوحة له في مجال تسيير التعاونية. لكن عمليا، نجده عاجزا عن أداء تلك المهام المنوطة به؛ حيث أن إجتماعاته، غالبا ما تتركزحول مسائل هامشية تتعلق بالتوظيف لدى التعاونية و شبكة الأجور، و نادرا ما تناقش مسالة التسييرالمالي ومخططات التموين و الأسعار المحددة في جدول التسعيرة (La Mercuriale) و تصنيف المنتجات (Agréage) .

بالنسبة للتعاونية الولائية للخضروالفواكه المشكلة جمعيتها العامة من رؤساء التعاونية الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات الذين يشاركون فيها بصوت واحد لكل تعاونية فلاحية بلدية؛ كما يجبر على هذه الأخيرة الأكتتاب بحصة في الرأسمال الإجتماعي للتعاونيات الولائية. إن أسلوب التسييركما هو متصور، لا يمنع من أن ممثل السلطة الوصية المتمثلة في المدير من الإستحواذ على جميع السلطات على حساب مجلس التسيير ورئيسه: فالتقليص من شان الدور الذي تلعبه الهيئات الديموقراطية المتمثلة في هيئات التسييرالمنتخبة، سمح للسلطات الإدارية الوصية أن تخضع يدها على جميع القرارات المتخذة؛ الأمر الذي جعل التسيير يتم بصورة بيروقراطية. ومادام هناك مجالا ضيقا للنشاط الحقيقي لمجالس التسيير في التعاونيات البلدية والولائية، لايمكن الكلام حقيقة عن لامركزية القرارات، لكن على الأقل لا مركزية مراقبة تتم من قبل ممثلي العمال؛ غير أن التعليمة الرئاسية رقم 1060 بتاريخ 07/05/ 1975 قد شجعت التعاقد بين التعاونيات دون المرور بالديوان الجزائري للخضروالفواكه. في حين أن التعليمة الرئاسية (رقم 51-76 بتاريخ 16/01/1976-35) توضح دور مجالس التسيير، حيث تنص على : «أن مجالس التسيير لا تشكل بأي صورة من الصور مجالس الإدارة» «...فتجب المشاركة في المعركة ضد كل أشكال البيروقراطية، بتوجيه ومراقبة تسييرالمدير؛ ومن ثم البرهنة على روح المبادرة، حتى لايمكن المساس في أقرب وقت بالتسيير المستقل، المنسق والفعال لتعاونيات التسويق البلدية والولائية». ويمكن القول أن التعاونيات الفلاحية البلدية والولائية لاتعتبر بأي حال من الأحوال أجهزة مستقلة عن الدولة، بل بالعكس هناك صلة عضوية تربطها بها بصورة دائمة ومتعددة الأشكال. من ذلك، نجد أن نشاطات النظام التعاوني تتم بصورة واضحة على أساس تعليمات، وتحت مراقبة الدولة. كما تقوم الدولة بدور محرك وموجه في التحولات المدخلة على الفلاحة وفي تسيير هذا القطاع.

2 - تقييم نشاط النظام الحكومي :

يتمثل النظام الحكومي لتسويق الخضر و الفواكه في هيكل الديوان الجزائري للخضر والفواكه الذي ترجع هيئات تسييره إلى أحكام القانون رقم 69-18 المؤرخ في 1969/04/03 و المتضمن إنشاء الديوان الجزائري للخضروالفواكه التي بقيت دون تغيير ،حيث عالجناها في الفصل الرابع.

فالديون جهازتابع مباشرة للدولة. وفي ظل التنظيم الشامل للتسويق يكون قد فقد جزءا من صلاحياته؛ إذ أنه لم يعد ليقوم بعملية التوزيع مباشرة، وقد رفض التعامل لبعض الوقت مع التعاونيات الجديدة عند بداية نشاتها، حيث أنه لم يبد أي تسرع في التخلي عن الوسائل المادية، والتقنية التي ورثها عنه النظام التعاوني الذي مع مرور الزمن تراكم لدى هذا الآخيرالعديد من المشاكل صعب التغلب عليها فيما بعد.

وقد عرفنا سابقا أن الديوان لم يكن ليتوفر على الوسائل المادية، ولاعلى المؤهلات الضرورية من أجل أداء دوره بصورة فعالة في مجال ضبط السوق. لذلك أصبح حلقة ضعيفة في ظل التنظيم الشامل؛ ولم يعد ليحتفظ سوى بدور إستراتيجي على مستوى التجارة الخارجية، لكونه هوالجهاز الوحيد المكلف بإستيراد وتصدير الخضر و الفواكه. أما على مستوى التسويق الداخلي، فإنه يتكلف بتصريف تلك الكميات الفائضة من كل تعاونية ولائية، وحيث أن العديد من الولايات لها عجزفي تلك المنتجات ؛ لذلك، نجد أن التحويلات ما بين الولايات تشكل جانبا هاما من الإنتاج الوطني.

لقد بقيت المشاكل التي يعاني منها الديوان هي نفسها منذ إنشائه؛ و تتمثل في سوء التنظيم الداخلي والتسيير، ويتجلى ذلك في إحتكار مدير واحد للسلطة لفترة طويلة من الزمن مباشرة بعد إنشاء الديوان لعلاقته الشخصية مع وزيرالفلاحة الوصي. كما تميز بسوء التسيير الذي أدى إلى إتلاف الآطنان من الخضر و الفواكه، بالإضافة إلى الإختلاسات التي قام بها كبار مسؤولي هذا الديوان خاصة في عمليات التصدير. ذلك ما كانت تشير إليه مختلف الصحف الوطنية خلال المرحلة الأخيرة من السبعينات والمرحلة الآولي من الثمانينات علاوة عن تزايد التبذير في مجال الإستثمار.

كما أن بعض ممارسات سوء التسيير ساهمت في تشويه صورة الديوان لدى مورديه، حيث كان يشارك في تحديد أسعار الموسم على مستوى وزارة الفلاحة و المسؤولية ترجع له في تاخير ظهور مرسوم الموسم المحدد

للأسعار المضمونة.. فخلال موسم 1977/76 بلغ هذا التأخير خمسة أشهر، حيث كانت الأسعار التي تلقتها الإستغلالات الزراعية أقل من أسعار المرسوم بالنسبة لنفس جودة المنتوج.

وعليه وبصورة عامة يمكن القول أنه إذا أمكن وضع حد لنشاط تسويق الجملة الخاص للخضر و الفواكه بقرار سياسي، فإن هذا القطاع إستمر في نشاطه بسبب عدم إمكانية القضاء عليه إقتصاديا، من خلال عدم التحكم في النشاط الميداني للتسويق من قبل نظام التوزيع الإشتراكي الذي حل محله.

ثانيا: إستمرار نشاط توزيع الجملة الخاص

بعد وضع حد لنشاط تسويق القطاع الخاص للجملة من قبل السلطات السياسية بصورة رسمية بموجب الأمر89- 74 في 1974/10/1 ، وإلغاء وظيفة الوساطة واصل الوكلاء بالعمولة و تجار الجملة و المشترين في الحقل نشاطهم في إطار غير رسمي بالسوق الموازية؛ وذلك بفعل وجود عدد هام من المنتجين الخواص الذين يتمتعون بكامل حرية تسويق منتجاتهم حسب إختيارهم. فهذه الوضعية سمحت لأولئك الوسطاء باستغلال كل النقائص الموجودة بنظام التوزيع الإشتراكي، لاسيما و أنهم على دراية تامة بظروف السوق، نتيجة تجربتهم الطويلة في الميدان وإمكانياتهم المادية المعتبرة؛ حيث إستطاعوا شيئا فشيئا تدعيم علاقاتهم بالتعاونيات الفلاحية للمجاهدين والمنتجين الخواص، قصد ضمان عملية التموين لانفسهم من جهة وتصريفها لتجار التجزئة من جهة أخرى، مع تقديم لهم تسهيلات لايمنحها النظام الإشتراكي فيما يخص النقل والتعبئة والقروض وغيرها. ومن ثم، تحمل تكاليف هذه الخدمات على الأسعار التي يشتري بها من المنتجين، وعلى تلك التي يبيع بها لتجار التجزئة الذين بدورهم يحملونها على المستهلكين من خلال أسعار الإستهلاك.

إن منتجي القطاع الإشتراكي غالبا مايعيبون عن التعاونية الفلاحية البلدية، أنها مقصرة في حقهم، كونها لاتوفر لهم تصريف منتجاتهم ، كتلك التي يوفرها القطاع الخاص؛ غير أن هؤلاء المنتجين لايعملون بان حجم إنتاجهم ليس هو الغالب في السوق، وبالتالي لايستطيع أن يؤثر فيه. فمثلا على مستوى منطقة الجزائر، نجد أن إنتاج القطاع الخاص والتعاونيات الفلاحية لقدماء المجاهدين هو الغالب بالنسبة للخضروات وبعض الأنواع من الفواكه. فعند الشراء

يتسلم الوسطاء المنتجات من الحقل، يدفعون الثمن فورا، وهو ثمن أعلى من ثمن جدول التسعيرة، حيث يستحوذون على الأصناف العالية الجودة والمنتجات ذات المردودية الكبيرة. و بإبعادها عن النظام التعاوني، يصبح الوسيط هو الوحيد الممون في السوق؛ وبذلك يمكنه التحكم في الأسعارالتي يبيع بها، محققا أرباحا مضاعفة عدة مرات. علاوة عن ذلك ، نجد أن الوسطاء يستغلون عدم توافق الأسعار بين التعاونيات الولائية، حيث يشترون من التعاونية التي تكون بها الأسعارمنخفضة، ويبيعون بتلك التي تكون بها الأسعار مرتفعة، مثل الشراء من التعاونيات البلدية لولاية البليدة، والبيع بالولايات المجاورة كالجزائر و المدية و تيزي وزو وغيرها. ومايلفت الإنتباه أن تطورالسوق الموازية بمنطقة الجزائر أصبح شبه شرعي؛ والدليل على ذلك، أن المسؤولين يغضّون الطرف عنه، لكونه يلبي نسبة كبيرة من حاجات المواطنين من جهة، وهم يدركون ضمنيا عدم فعالية النظام التعاوني بالرغم من أن نصوص التنظيم الشامل تشير صراحة إلى تصفية القطاع الخاص لتوزيع الجملة. الأمرالذي أدى بالسلطات السياسية إلى التفكير في المحاولة الأولي لإعادة النظر في تنظيم التوزيع الإشتراكي الشامل.

ثالثا : المحاولة الأولى لإعادة النظر في التنظيم الشامل للتوزيع

إن وجود نصوص تشريعية -الأمر89- 74 الصادر في 1974/10/01 المتضمن التنظيم الشامل لتسويق الخضر و الفواكه- تنص صراحة على إلغاء قطاع توزيع الجملة لخاص للخضر و الفواكه لم تمنع إستمرارنشاطه بشكل مواز لنظام التوزيع الإشتراكي (التعاوني والحكومي) خلال الفترة 74- 78 . وذلك نتيجة النقائص وعدم الفعالية التي تميز بها هذا الأخير من جهة، والتجربة والحنكة التي إكتسبها القطاع الخاص من خلال الممارسة الطويلة في الميدان من جهة أخرى. وأنه خلال هذه الفترة، لم يصدر أي نص تشريعي يعمل علي تغييرتنظيم التوزيع الشامل حول المبادىء التي أنشىء من أجلها و الخاصة بتوحيد وتكامل تنظيم التوزيع الإشتراكي، أومن حيث التغيرفي هياكله المتعلقة بالتعاونية البلدية و الولائية و الديوان.

إذن فالتعلق بالنظام التعاوني هذا، يرجع بالأساس إلى الخطاب السياسي في ذلك الوقت الذي كان يحث فئات الشعب والمسؤولين على دعم الثورة الزراعية، وأن إعادة النظر فيه لم تكن من الأهداف العاجلة.

إن تدهورظروف التسويق بالنسبة للمنتجين، وتفاقم العجز في تموين السوق الداخلية بسبب سوء تسيير النظام التعاوني وبفعل نشاط الوسطاء أوجب ضرورة إعادة ترتيب هياكل النظام التعاوني، قصد جعله أكثر حيوية ومرونة.

و يمكن القول أنه إبتداء من 1978 شرع في إتخاذ إجراءات من أجل تغيير التنظيم الشامل والتي بدأ تجسيدها بالقرار الوزاري الصادرفي 1978/11/26 و الذي يهدف إلى معالجة وضعية التسويق، وبالخصوص سير النظام التعاوني. وهو يعتبر بالدرجة الأولى أنّ دورالتسويق الذي تقوم به التعاونية البلدية قد أثقل كاهلها، و لم تعد تستطيع القيام به لقلة الوسائل التي تمتلكها . إن ثقل أعباء التعاونية البلدية بسبب قيامها بنشاط التسويق قد أضعف من تدخلها في مجال دعم الإنتاج الذي لم يعد يستفيد بصورة كافية من الدعم التقني، والتموين وغيرها، مما أدى إلى إنخفاضه.

إن العلاقات التي تربط أجهزة التنظيم الشامل لاتشجع على إتخاذ المبادرات، بل بالعكس تدفع إلى الجمود، لكونها علاقات إدارية بيروقراطية غير مرنة.

أما الإجراءات التي جاء بها القرارالوزاري، فهي تتعلق بجانبين : أولهما يتعلق بإلغاء وظيفة التسويق بالتعاونية البلدية لتصبح منتجات الخضر والفواكه تشترى من قطاع الإنتاج الإشتراكي، وتباع لتجارالتجزئة من طرف الديوان الجزائري و التعاونية الولائية، و أسواق الفلاح. ثانيهما، أن القرار الوزري سمح بالمنافسة بين الأجهزة المكلفة بالتسويق، حيث أصبح المنتجون يبيعون لهذا أو ذاك على أساس أفضل الاثمان المقدمة لهم، ماعدا بعض المنتجات التي وضعت تحت إحتكارالديوان، والتي تكلف بتسويقها كالحوامض، والبطاطس المستوردة.

والسؤال المطروح، هل هذه الإجرءات أدت حقيقة إلى بلوغ أهدافها ؟
إن إلغاء وظيفة التسويق بالتعاونية البلدية وتكليف كل من التعاونيات الولائية والديوان وأسواق الفلاح بها، لم يترتب عنه مدها بوسائل إضافية جديدة للقيام بهذه المهمة؛ ثم أن عددها أقل من عدد التعاونيات البلدية، مما جعل نشاطها أقل فعالية.

كما أن فسح المجال للمنافسة فيما بين هياكل التسويق الإشتراكي، وترك الأسعار تتحدد وفق العرض والطلب، أدى بالتعاونيات الولائية إلى تفضيل تسويق المنتجات المرتفعة الاثمان، حتى ولو تطلب الحصول عليها من مناطق

بعيدة؛ وهو ما كرس خاصية التسيير على أساس مقدار تحقيق الأرباح، كمعيارلحسن التسيير. حيث تم ذلك على حساب تسويق المنتجات ذات الإستهلاك الواسع التي تحتاج السوق إلى كميات كبيرة منها .

ونشير إلى أن التعاونيات البلدية لم يكن جميعها يتوفر على وظيفة التسويق للخضروالفواكه، خاصة منها تلك التي تقع بالمناطق الداخلية و الفقيرة في إنتاج تلك المنتجات؛ إلا أنها كانت تقدم خدمات هامة للمنتجين، فيما يخص التموين بالبذوروالاسمدة و مواد تغذية الحيوانات والمواد الخاصة بحماية النباتات، بالإضافة إلى العتاد الضروري للمنتجون عند الحاجة.

إن إلغاء وظيفة تسويق الخضر و الفواكه بالتعاونيات البلدية عبر التراب الوطني، قد تمت بصورة تدريجية بدءا من التعاونيات الموجودة بالمناطق الفقيرة إلى تلك التي تقع بالمناطق الأكثر إنتاجا؛ لتظهر تجربة فريدة من نوعها على مستوى التراب الوطني تتمثل في إنشاء تعاونية فلاحية متخصصة في تصريف الخضروالفواكه لبوسماعيل سنة 1983 على إنقاض قسم التسويق بالتعاونية البلدية (CAPCS) سابقا؛ وذلك وفقا لتوصيات اللجنة المركزية لحزب جبهة التحريرالوطني ماي 1980 التي دعت إلى تشجيع إنشاء تعاونيات للتصريف من قبل المنتجين؛ وكذلك تطبيقا لإجراءات قرار27 أفريل 1982 التي تعمل على تحرير السوق و أسعار منتجات الخضر و الفواكه.

وعلى إثر إعادة هيكلة التعاونية البلدية، خلال النصف الأول من الثمانينات، تم إنشاء تعاونيات متخصصة على أنقاضها، قصد تموين المنتجين بالاسمدة و البذور، والمواد الخاصة بحماية النباتات، وتلك المتخصصة في النشاطات المتعلقة بالزراعة بصورة مباشرة أ وغير مباشرة.

وأخيرا يمكن القول أن الإجراءات التي جاء بها القرارالوزاري في 1978/11/26، تعتبرعملية أولى لبداية التفكير في فك النظام التعاوني، وتوجيه جديد لتنظيم التسويق ع لى أساس قانون العر ض و الطلب.

خلاصة الفصل الخامس

على إثرحسم السلطات السياسية في إختيارالنموذج الإشتراكي لتسويق الجملة للخضروالفواكه، ووضع حد لفترة التعايش السلبية بين نظامي القطاع الخاص والقطاع الإشتراكي، والتي دامت حوالي إثنى عشرسنة منذ الإستقلال، إستقر الأمر على بناء نظام إشتراكي جديد لتوزيع الخضروالفواكه؛ أهدافه إقتصادية، إجتماعية، وسياسية حيث تتمثل في إعطاء الاولوية لتلبية الحاجات الإستهلاكية ثم التصديربعد ذلك. بتقديم للمنتجين أسعارا مكافئة، شانها المفاظ على القدرة الشرائية للمستهلكين و تشجيع المنتجين حيث أصبحوايقومون بالتسويق المباشر لمنتجاتهم من خلال تعاونيات هم أعضاء فيها بغرض تقليص تكاليف الإنتاج.

كما تم بناء نظام التوزيع الإشتراكي الشامل على أساس نظام مزدوج، الأول يتعلق بالنظام التعاوني، والثاني يخص النظام الحكومي. يتشكل النظام التعاوني من التعاونيات الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات على المستوى البلدية والتعاونيات الولائية للخضر و الفواكه على المستوى الولائي. تقوم التعاونية الفلاحية البلدية باحتكارعملتي جمع ودفع وتوزيع الخضر والفواكه و بتدعيم الإستغلالات الزراعية في مجال الإنتاج والإرشاد الزراعي.كذلك، تقوم بتموين جميع البائعين بالتجزئة على مستوى البلدية، والفائض يباع إلى التعاونية الولائية؛ وإن إقتضى الأمر، إلى الديوان، أو لتعاونية مثيلة مجاورة لها، بعد إستشارة التعاونية الولائية.

أما النظام الحكومي فيتشكل من الديوان الجزائري للخضروالفواكه الذي بقي محافظا تقريبا على نفس الأهداف والهياكل وهيئات التسيير. فهو يقوم بتسويق منتجات الخضر و الفوا كه بغرض ضمان عملية التسويق الوطني؛ وفي حالة الفائض أو العجز، يلجا للتصدير أو الإستيراد.

لقد ركزنا في تحليلنا للنظام التعاوني، على نشاط التعاونية الولائية للخضروالفواكه للجزائرالعاصمة، حيث أمكن من خلال التعاونية الفلاحية للتسويق (CACOM) إيجاد تصور عام لإنشاء تعاونية فلاحية على مستوى كل ولاية.

لقد لاحظنا نقصا في تكامل نشاط هياكل النظام التعاوني الذي لم يكن ليساهم سوى بنسبة 7 ٪ في تموين تعاونية ولاية الجزائر، في حين تصل مساهمة

الديوان مابين 20 و30 ٪ بالنسبة للموسم 1979/78. وحسب رأينا، يرجع ذلك إلى قلة و سائل النقل، والنقص في الإعلام و التنسيق؛ بالإضافة إلى التسيير البيروقراطي، ماجعل هذه التعاونية تتعامل مع القطاع الخاص للتوزيع.

أما الجانب الثاني، فيخص النظام الحكومي، المتمثل في الديوان الجزائري للخضروالفواكه الذي أعيد النظر في تحديد مهامه حيث لم يعد يقوم بوظيفة التوزيع بالتجزئة ولم يقم بالدور الإستراتيجي المنوط به، سوى في مجال التجارة الخارجية من خلال عمليتي الإستيراد و التصدير. على مستوى السوق الداخلية، يتكلف بتوزيع الفائض من كميات الخضر و الفواكه على بعض التعاونيات الولائية وتوزيعها على تلك التي يكون بها عجز. و لضبط برامجه التموينية، إستغل الديوان جميع إمكانيات التخزين التي كانت بحوزته بتشكيل مخزون أمان.

هذا وقد تتوتر أحيانا العلاقات فيما بين هياكل تنظيم التسويق الشامل؛ كل طرف يلقي المسؤولية على لآخر. ولحسم هذه الوضعية، صدرت التعليمة الرئاسية رقم 1060 التي تؤهل الوالي بان يسمح بتعاونية ولايته أن تتمون بنفسها من الولايات المجاورة لها، في حالة عدم تمكن الديوان من القيام بتلك المهام. غيرأن الأمرلم يتوقف عند هذا الحد، بل صدرت تعليمة ثانية رقم 51، تتضمن دعوة الولاة بالمناطق شديدة الإستهلاك، باستعمال إمكانيات التبادل المباشرقدرالإمكان فيمابين التعاونيات الولائية؛ وهوماساهم في تخفيض النشاط الداخلي والخارجي للديوان بصورة ملموسة.

إن عدم إمكانية نظام التوزيع الإشتراكي الشامل من التحكم في السوق الداخلية، و استيعاب كل الإنتاج الوطني من الخضرو الفواكه سمح للوسطاء باستغلال كل النقائص الموجودة بهذاالنظام. علاوة على درايتهم التامة بامور السوق، وإمكانياتهم المعتبرة؛ حيث دعموا علاقاتهم بالتعاونيات الفلاحية للمجاهدين والمنتجين الخواص، قصد ضمان عملية التموين لأنفسهم من جهة، وتصريفها نحو تجارالتجزئة، مع تقديم لهم تسهيلات لا يمنحها نظام التوزيع الإشتراكي و تتعلق بالنقل ، التعبئة ، القروض وغيرها.

الأمرالذي أدى بالسلطات السياسية إلى التفكيرفي المحاولة الأولى لإعادة النظرفي نظام التوزيع الإشتراكي الشامل، قصد جعله أكثرحيوية ومرونة، والذي بدأت تظهر ملامحه من خلال القرارالوزاري الصادرفي 1978/11/26 الذي كان يسعى إلى معالجة وضعية التسويق، وبالخصوص سيرالنظام التعاوني، حيث

يعتبر أن وظيفة التسويق التي تقوم بها التعاونية الفلاحية البلدية، قد أثقلت كاهلها وأضعفت من تدخلها في مجال دعم النشاط الإنتاجي، الذي لم يعد يستفيد بصورة كافية من الدعم التقني، والتموين وغيرها، وهو ما ساعد على الإنخفاض في الإنتاج.

وفي إطارهذا القرارفقد تم إلغاء وظيفة التسويق بالتعاونية الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات، وأصبحت منتجات الخضروالفواكه تشترى من قطاع الإنتاج الإشتراكي، وتباع إلى تجارالتجزئة من قبل الهيئات التالية :

الديوان الجزائري للخضروالفواكه، والتعانيات الولائية للخضروالفواكه، و أسواق الفلاح.

كما سمح هذا القرار بالمنافسة بين هذه الأجهزة المكلفة بالتسويق، حيث صارمنتجوا القطاع الإشتراكي يبيعون لهذا الجهازأوذاك على أساس أفضل أثمان المقدمة المقدمة لهم.

إلا أن إعادة النظرفي نظام التوزيع الإشتراكي الشامل للخضروالفواكه، قد بدأ يتجسد في الميدان من خلال قرارات الدورة الثالثة للجنة المركزية لحزب جبهة التحريرالوطني في ماي 1980، والتي تقضي بتوجيه جديد لتنظيم التسويق، على أساس قانون العرض والطلب.

الفصل السادس

تنظيم توزيع الجملة للخضر والفواكه
في ظل حرية السوق

خلال الفترة مابين 80-1990

الفصل السادس

تنظيم توزيع الجملة للخضر والفواكه في ظل حرية السوق خلال المرحلة 1990/80

مدخل :

تميزت المرحلة الاولى من بداية الثمانينات بالعودة إلى العمل بالنظام المزدوج في مجال توزيع الخضروالفواكه، على إثرإعادة النظر في إصلاح تنظيم التوزيع الشامل الذي كان سائدا قبل ذلك. واستقر الرأي السياسي في إطار الدورة الثالثة للجنة المركزية لحزب جبهة التحريرالوطني، في دورتها الثالثة في ماي 1980، على ضرورة العمل بالقوانين الإقتصادية،بعد إثبات عدم فعالية القوانين الإدارية .

وطبقا لتوصيات اللجنة المركزية في تلك الدورة، أصدرت وزارة الفلاحة قرارا أوليا يحمل رقم 16-428 في جويلية 1980، يقضي بتحرير أسعارمنتجات الخضر و الفواكه. فكان من نتائج تطبيقه أن ظهرت مجموعة من المآخذ والإيجابيات. للتغلب على نقائصه، إستدعت الضرورة إلى إصدار قرارما بين الوزارات في أفريل 1982 قصد محاولة إزالة الغموض فيما يخص مهام المتعاملين في نشاط التسويق؛ و سنتطرق بعد ذلك إلى نتائج تطبيقه ميدانيا.

إن هذه الإجراءات تشمل نشاط الديوان قصد تكيفه مع الواقع الجديد؛ غيرأن الديوان لم يتمكن من التاقلم مع ذلك الوضع. وعليه، فقد أقرت السلطات الوصية بإعادة هيكلة هذا الديوان الذي إنبثقت عنه المؤسسة الوطنية ENAFLA للتموين بالفواكه والخضر وتوفيرها بإنتظام ،حيث شرعت في نشاطها في 1984 بتوزيع الإنتاج الوطني و الممارسات المرتبطة به و كذلك بعملية الإستيراد و التصدير.

المبحث الأول

مهام و أهداف إجراءات تحرير السوق و نتائجها

تقديم :

لقد تبلورت فكرة إعادة النظر في إصلاح تنظيم التوزيع الشامل في إطارها السياسي من خلال توصيات اللجنة المركزية لحزب جبهة التحرير الوطني في دورتها الثالثة في شهر ماي 1980 حول موضوع الزراعة. وذلك بعد إقتناع المسؤولين السياسيين بضرورة الرجوع إلى العمل بالقوانين الإقتصادية في مجال توزيع الخضر و الفواكه، بعد فشل العمل بالقوانين الإدارية. وقصد الشروع في تطبيق هذه التوصيات، صدر القرار رقم 16/ 428 بتاريخ 16 جويلية 1980 عن وزارة الفلاحة، حيث جاء بإجراءات أولية تسعى إلى تحرير أسعار منتجات الخضر و الفواكه. فكان من نتائج تطبيقها، أن أظهرت عوامل إيجابية وأخرى سلبية.

و قد استدعت الضرورة لإستصدار قرار مابين الوزارات في 1982/04/2 ، الذي يحاول إزالة الغموض فيما يخص مهام المتعاملين في نشاط التسويق بسبب تحرير الأسعار، هذا من جهة، كما يحدد الإجرآءات المتعلقة بتبادل المنتجات من جهة ثانية .

وسنتطرق إلى نتائج تطبيق الإجراءات المتعلقة بتحرير السوق، من خلال تطبيق قرار 1982/04/27 .

أولا : إعادة إصلاح تنظيم التسويق الشامل

يتعلق الأمربسلسلة من توصيات اللجنة المركزية لجبهة التحريرالوطني خلال دورتها الثالثة في شهرماي 1980 حول موضوع الزراعة، والتي تميزت بصورة خاصة بإعادة النظر في تنظيم تسويق الخضروالفواكه القائم آنذاك، على

إثرالوضعية السيئة التي آل إليها نشاط توزيع القطاع الاشتراكي؛ وهي بذلك تسعى إلى تكييفه مع الواقع العملي، بعد إقتناع المسؤولين السياسيين بضرورة الرجوع إلى العمل بالقوانين الإقتصادية في مجال توزيع الخضروالفواكه بعد ثبات فشل العمل بالقوانين الإدارية، وتهيئة للتطورتدريجيا في اتجاه التحكم الكامل بمجرد توفر الإمكانيات المادية والبشرية؛ وهو إصلاح يرتكز حول المبادىء التالية :

- تكفل الدولة بوظيفة ضبط (Régulation) السوق، فيما يخص المواد الإستراتيجية على أساس علاقات تعاقدية مع المنتجين.

- وضع سياسة أسعارمحددة ومراقبة من قبل الدولة.

-تشجيع تشكيل تعاونيات للمنتجين تحت إشراف حزب جبهة التحريرالوطني، والإتحاد الوطني للفلاحين الجزائريين، والتي بواسطتها يمكن للمنتجين تسويق منتجاتهم بانفسهم مباشرة باسواق الجملة.

-تشجيع تجارالتجزئة الصغاربتنظيم أنفسهم في شكل تعاونيات شراء، قصد الإلغاء النهائي لكل أشكال الوساطة.

1- الإجراءات الأولى لتحريرالأسعار :

تتعلق هذه الإجراءات بالقرارالذي صدرعن وزارة الفلاحة والثورة الزراعية في 16 جويلية 1980 تحت رقم 16-428.. و اعتبر نصه كمرحلة انتقالية في انتظار نشر تنظيم ملائم، يحدد الإجراءات العملية المتعلقة بتسويق الخضر و الفواكه التي يمكن أن تقوم بها وحدات الإنتاج الإشتراكي.

و يمكن اعتبار إجرائي كل من سنتي 1980 و 1978 يكملان بعضهما البعض. فالأول، من شانه توقيف نشاط تسويق التعاونية البلدية للخضر و الفواكه؛ أما الثاني فيثبت نشاط التسويق لوسطاء الجمع والتسليم Les Collecteurs Livreurs على مستوى البلديات؛ وهي عملية غير معلن عنها صراحة، إلا أنها تظهرمجسدة في الواقع العملي. ولأول مرة يظهر متعامل جديد، هو وسيط الجمع والتسليم بصورة قانونية إلى جانب أجهزة التنظيم الإشتراكي التقليدية، ألا وهي التعاونيات الولائية، والديوان. الهدف العام من ذلك، هو إعادة ترتيب تنظيم التوزيع، لجعله أكثر حيوية وديناميكية في استجابته لحل المشاكل المطروحة. و بالخصوص، ترمي هذه العملية إلى :

- الإهتمام بالمنتجين.

- زيادة تطور الإنتاج.

- السلاسة في التوزيع.

وإذا كان هذا الإجراء قد أوجد عوامل إيجابية، ساهمت في تحسين وضعية الإنتاج والتسويق معا، إلا أنه أظهر جوانب سلبية لابد من الإشارة إليها.

2- نتائج تطبيق الإجراءات الأولية لتحرير الاسعار :

يظهر ترتيب المتعاملين في توزيع الخضروالفواكه في إطار الإصلاح الجديد حسب أهمية حجم السلع المتعامل بها : الديوان، التعاونيات الولائية، و سطاء الجمع والتسليم.

غيرأنه في الواقع العملي، نجد أن الوسطاء الخواص يحتلون المرتبة الاولى من حيث التعامل بحجم المنتجات، نظرا لارتباطهم بقطاع الإنتاج في إطارنشاطهم غير الشرعي قبل سنة 1980 ؛ حيث أعتادوا تقديم خدمات تساعد على اجتذاب المنتجين للتعامل معهم؛ ياتي الديوان في المرتبة الثانية؛ وأخيرا التعاونيات الولائية (ماعدا بعض المنتجات التي تخضع للإحتكار، وتلك التي تكون موضوع عمليات خاصة).

إن إلغاء مهمة نشاط التسويق من التعاونية البلدية لم ينجم عنه زيادة في إمكانيات التدخل لكل من الديوان والتعاونيات الولائية. فبالرغم من الزيادة في الوسائل والإنتشارالتي عرفته هذه الأجهزة الأخيرة، إلا أنها لم تستطع أن تعوض المكانة التي كانت تحتلها التعاونيات البلدية. و أصبح هذا النقص يعوض من طرف الوسطاء الخواص الذين أعترف بهم شرعيا باسم «وسطاء الجمع والتسليم»، وقد كانوا ينافسون سابقا التعاونيات البلدية.

كما يعتبر إنشاء وظيفة وسطاء الجمع والتسليم نتيجة حتمية لعدم فعالية نظام التوزيع الإشتراكي، وبالتالي إعادة النظر في مبادىء التنظيم الشامل للتوزيع لسنة 1974؛ وهو مايدل على اتجاه أكثر فاكثر نحو حرية تسويق الخضر و الفواكه.

2 . 1- العوامل الإيجابية :

أهم عامل إيجابي يكمن في شعور منتجي القطاع الإشتراكي بحريتهم في التعاقد؛ وبذلك مكافاة أفضل لعملهم. كما ساعدت هذه الإجراءات على خلق حركة للمنتجات أحسن ما كانت عليه في السابق، حيث كان يعمل الوسطاء في الخفاء. كما أصبح القطاع الإشتراكي للتوزيع يتسم بحرية وديناميكية أكبر لكونه يعمل في إطار تنافسي مع قطاع خاص، يتميزالبعض منه بحرية المبادرة في اتخاذ القرارات و التوفر على الخبرة و الإمكانيات المادية و البشرية.

2 . 2- العوامل السلبية :

إن هذا القرارلايتضمن تحديدا لقواعد تنظيمية لكيفية توزيع وحدات الإنتاج الإشتراكي لمنتجاتها؛ ممأادى إلى انتشارممارسة البيع في الحقل (Vente Sur Pied) وعدم الإهتمام بعملية الجمع (Cueillette)؛ كما أن عملية الجني (Récolte) أصبحت لاتتم وفق شروط النضج الموضوعية، ولا حتى على أساس الطلب عليها، بل تتم وفق المصالح والأهداف التي تسعى إلى المحافظة على أسعار مرتفعة بصورة غيرطبيعية، حيث المنتجات تباع و هي في الحقل عدة مرات. ومن الطبيعي، أن ذلك يؤدي إلى الزيادة في أسعارها، نتيجة المضاربة. و من خلال ممارسة البيع في الحقل هذه إنتقلت مسؤولية مجموع العمليات الزراعية من وحدات الإنتاج إلى المشترين في الحقل؛ و هي عمليات لاتتم بصورة متقنة و لا في مواعيدها؛ وخاصة عمليات الجني التي عادة ما تكون على حساب الحياة النباتية للأشجار مثلا.

وهكذا، فإن نقص الإطارالشرعي لتنظيم عملية التوزيع من طرف وحدات الإنتاج الإشتراكي سمح بازدهار أسواق موازية جديدة، ينشط فيها متاجرون، بصورة عشوائية غير شرعية غرضهم الوحيد الكسب السهل و المصلحة الشخصية الضيقة؛ إعتادوا الغش في الجودة، يتهربون من الوفاء بالتزاماتهم تجاه الدولة إذ يتهربون من دفع الضرائب كونهم لا يرغبون في الحصول على السجل التجاري . كما أن عدم إخضاعهم لأستخدام الفوترة ومراقبة الأسعار، أدى إلى ارتفاع الأسعار على مستوى تجارة التجزئة، والعمل على جعل هذه الوضعية أمرا واقعا.

إن هذه الوضعية جلبت انتباه السلطات العمومية. وقد أدت بكل من وزارات التجارة، والمالية، والداخلية، إلى الإنكباب حول معالجة هذا المشكل الذ ي تطورنوعيا؛ وأصدرت فيما بينها قرارا بتاريخ 1982/04/27. وهذا بعد أن تحولت وصاية الديوان الجزائري للخضرو الفواكه من وزارة الفلاحة والثورة الزراعية إلى وزارة التجارة بموجب المرسوم رقم 81-90 الصادر في 1981/05/02 .

ثانيا: الإجراءات التطبيقية لإعادة إصلاح تنظيم التسويق الشامل

1- إجراءات متعلقة بالمتعاملين :

وهي الإجراءات التي جاء بها قرارمابين الوزارات في 1982/04/27 على إثر الغموض الذي ساد مهام المتعاملين في نشاط تسويق الخضر و الفواكه، بسبب تحرير الأسعار الذي أدى إلى ارتفاعها بسبب المضاربة من جهة، وإلى تضرر الإنتاج نتيجة اهتمام المنتجين بالتسويق من خلال ممارسة عمليات البيع التي تدرّ قدرا أكبرا من الأرباح على حساب الإنتاج، من جهة أخرى.

إن أهم ماورد في هذا النص الجديد هو وضوح إجراءات وكيفيات توزيع منتجات الخضر و الفواكه من قبل الأجهزة الحكومية. فالمتعاملون في نشاط التسويق هم أولئك الذين أحتفظ بهم و جاء بهم القرارمابين الوزارات سنة 1982.فالأمر يتعلق بالديوان الجزائري للخضر والفواكه، التعاونيات الولائية للخضر و الفواكه، و وسطاء الجمع و التسليم. وأن الوظائف بقيت نفسها أي تلك التي منحها لهم القرار الوزاري لسنة 1980 ، و هي كالتالي :

1 . 1- الديوان الجزائري للخضر والفواكه : وهويتدخل على مستوى التراب الوطني. من مهامه ضبط السوق الوطنية من المنتجات الإستراتيجية كالبطاطس، الثوم، والحوامض. إن الديوان يتكلف :

* بتشكيل وتسييرمخزون الأمان لضمان توازن السوق.
* وضع سياسة تعاقدية سواءبالنسبة للتموين أوالتصريف.
* تموين كبارالمجموعات العمومية، على أساس عقودالتوريد.
* تموين تجارالتجزئة في حالة الحاجة.
* القيام بعمليات الإستيراد والتصدير لبعض المنتجات الأساسية، وفق ظروف السوق.
* تسيير وحدات التكييف و وحدات إنتاج صناديق التعبئة المتخصصة، الموجودة بمناطق الإنتاج، أوبمناطق شديدة الإستهلاك.

1 . 2 - التعاونيات الولائية للخضر و الفواكه :

فهي تتدخل على مستوى تراب الولاية التابعة لها؛ و من مهامها :

* إنجاز، تنظيم، وتسيير أسواق الجملة على مستوى الولاية. فهذه الأسواق تشكل المراكز أين تتم عادة العمليات التجارية .

* تاطير وسطاء الجمع والتسليم الذين يعملون على مستوى أسواق الجملة للخضر والفواكه للولاية.

* السهر على احترام الممارسات التجارية السليمة والشرعية على مستوى أسواق الجملة للخضروالفواكه للولاية. فهذه المبادلات يجب أن تتم إجباريا

بداخل سوق الجملة وإلا فإنها تشكل مخالفة.

1 . 3 - وسطاء الجمع و التسليم : (Les Collecteurs Livreurs)

وهم تجار خواص يعملون على مستوى تجارة الجملة. يسمح بممارسة نشاط وسيط الجمع والتسليم للأشخاص الطبيعيين الذين تتوفر فيهم الشروط المعنوية المطلوبة من التاجر، ويمتلك أيضا وسائل النقل المناسبة، ومسجل بالسجل التجاري. يمكن لوسطاء الجمع والتسليم الإنتقال عبرالولايات، والعمل على القيام بمبادلات على مستوى التراب الوطني. و يتشرط منهم، علاوة عن التسجيل بالسجل التجاري، مسك دفتر اليومية الذي يلخص العمليات اليومية المنجزة.

أما إجراءات قرار1982/04/27 المنظمة لمبادلات أجهزة تسويق التنظيم الإشتراكي مع وحدات الإنتاج الإشتراكي، فإنها تفرض وجود عقود فيما بين الطرفين بصورة عامة. غير أن إجراءات الشراء قد تختلف حسب نوع المنتجات، فيما إذا كانت ذات طبيعة استراتيجية، فصلية أو مبكرة؛ وعلى هذا الأساس يمكن أن نميز بين ثلاثة أنواع من الشراء.

2 - إجراءات متعلقة بتبادل المنتجات : الأمر يتعلق بثلاث مجموعات من المنتجات.

2. 1 - منتجات ذات طبيعة إستراتيجية (البطاطس، الثوم، البصل، الحوامض والتمور) : هذا النوع هو من المنتجات الأكثر امتدادا ، بحيث أن الديوان والتعاونيات الولائية تقوم بإبرام عقود مع وحدات الإنتاج الإشتراكي ابتداء من أنطلاق الموسم الزراعي؛ قصد الإستعلام بدقة حول المخططات الزراعية المعتمدة و تقدير الإنتاج و فتراته، و كذا مستوى الأسعار الذي يرغب فيه المنتجون، وشروط التسويق المتعلقة بكيفية رفع الإنتاج، والتعبئة ، والنقل .

يقوم الديوان وكل تعاونية ولائية، كل فيما يخصه، بإعداد حوصلة على غرارالمعطيات المجمعة لديه ، ثم يعقد لقاء وطني أوجهوي يجمع كل المتعاملين في نشاط التسويق وكذلك ممثلين عن الأتحاد الوطني للفلاحين الجزائريين ،وزارة الفلاحة ، وزارة التجارة يجتمعون من أجل تحديد :

- الأسعارالدنيا والعليا للمنتجات الإستراتيجية.

- التوجيهات العامة فيما يخص تنظيم عمليات الجمع، التخزين، وتوزيع ا على أن تنشرنتائج اللقاء الوطني بصورة واسعة على مستوى وحدات الإنتاج الإشتراكي.

وفي حالة عدم إمكان أجهزة التسويق الإشتراكي من التصريف، فإنها تأخذ على عاتقها منتجات بعض الوحدات، وتترك الأخرى حرة لبيع منتجاتها، سواء إلى المجموعات المحلية، أوالمحلات الكبرى أو للغير. أما في حالة عدم التفاهم حول العقد، فإن المشاكل محل الخلاف تعرض على لجنة تحكيم الولاية وهي تتكون من:

- مدير الفلاحة على مستوى الولاية.
- مدير التجارة للولاية.
- ممثل عن الإتحاد الوطني للفلاحين الجزائريين.

و تكون قرارات هذه الجنة غير قابلة للطعن.

2.2 - منتجات فصيلة من غير طبيعة إستراتيجية : فإن الإجراءات المتبعة فيما يخص شراء هذا النوع من المنتجات تدور حول تحديد الأسعارالدنيا و العليا. يتم ذلك أثناء اللقاءات الوطنية والجهوية، والتي تعتبر بمثابة مؤشرات لاغير. وفي حالة عدم الإتفاق حول الأسعار أو الشروط الأخرى للمبادلة، فإن وحدات الإنتاج تحتفظ بحريتها الكاملة في تسويق منتجاتها.

3.2 - منتجات مبكرة : الأسعار وباقي شروط التسويق تناقش مباشرة بحرية فيما بين وحدة الإنتاج و جميع المشترين الذين يتقدمون لهذا الغرض.

ثالثا: نتائج الإجراءات التطبيقية لتحرير السوق

إن تقييم تطبيق قرار 1982/04/27 الذي يتضمن في محتواه تحرير الأسواق والأسعار، يقودنا إلى مقارنة مدى درجة التطابق في الميدان العملي وما النتائج التي ترتبت عن ذلك.

نشير إلى أنه ظهر تحسنا على مستوى تسويق الخضروالفواكه، حيث أصبح للمنتجين الحرية في تسويق منتجاتهم وفق أسعار تفاوضية، غالبا ما كانت مشجعة؛ كما إزدادت وفرة المنتجات، حتى وإن كانت أسعارها مرتفعة نسبيا. ومن حيث مقارنة مدى درجة تطبيق إجراءات القرار في الواقع العملي، والتي تلح على :

.إنشاء أسواق للجملة على مستوى جميع الولايات في أجل لايتجاوز 1983/01/01.

.التحكم في تسيير هذه الأسواق وإحترام القواعد المنظمة لها.

غير أن عدم وجود قواعد محددة لإقامة أسواق للجملة لم يسمح للمتعاملين العموميين أو الخواص القيام بالتزاماتهم في ظروف حسنة. من ذلك

تأخر ظهور هذه الأحكام إلى غاية 1988/01/01 وفق المرسوم رقم 88-44 المتعلق بسوق الجملة للخضر و الفواكه. وأن الأهداف المنتظرة لم يتم تحقيقها لكون المهام الموكلة للمتعاملين العموميين والعمل الذي كان من المفروض أن تقدمه لهم السلطات المحلية لم يتجسد على الميدان.

غيرأن هناك بعض المحاولات قامت بها بعض الولايات في هذا المجال؛ لكن سرعان ما أخفقت نتيجة عدم تنفيذها من قبل البعض الآخر من الولايات المجاورة.

إن هذه النقائص أدت إلى ضعف آلية تنظيم التسويق القائم ؛ وترتب عنها :

1- زيادة عدد وسطاء الجمع والتسليم (الوسطاءالخواص) : نتيجة الزيادة في النشاطات المختلفة التي يقوم بها المتعاملون الخواص؛ مما يبين العودة القوية لهؤلاء و المرفوقة بوظائف متنوعة. في هذا المجال، ونميزبين الوسطاء الخواص كمايلي :

* المولون : وهم عبارة عن أفراد أو مجموعات مشتركة، تملك وسائل مالية معتبرة حيث تعمل على شراءالمنتجات في الحقل.

* تجارالجملة الممونون (Grossistes Pourvoyeurs) : وهم وسطاء خواص يتوفرون على وسائل النقل وصناديق التعبئة، حيث يذهبون إلى الحقل لشراء المنتجات من لدن «المولين » أو من المنتجين، ويحملونهاإلى أسواق الجملة لبيعها هناك.

* الموزعون «Distributeurs » : يتمثل دورهم في شراء المنتجات من « تجارالجملة المولون » بأسواق الجملة، وبيعها بالمناطق الفقيرة في الإنتاج.

هذا التخصص ليس تاما، إذ يمكن لمتعامل ينتمي لمجموعة معينة أن يمارس باقي نشاطات المجموعات الأخرى.

إن زيادة عدد المتعاملين الخواص، وتعدد وظائفهم أدى إلى امتداد طول قناة التوزيع. فالمنتوج الواحد، صار يمر عبرثلاثة أو أربعة متعاملين قبل أن يصل إلى المستهلك. كما أن الزيادة في عدد الوسطاء الخواص على مستوى قناة التوزيع سمح بالمزايدة في الأسعار من أجل الإستحواذ على السلع من المنتجين، خاصة بالنسبة للمنتجات التي يشتد عليها الطلب؛ مما أحدث فوضى في الإنتاج. ومن الأمثلة على ممارسات الوسطاء الخواص في سوق الجملة للخضر و الفواكه ببوقرة خاصة، أن ياتي أحدهم إلى السوق ويشتري كامل الكميات التي تحلو له، ثم يتصرف فيها حسب ظروف السوق، أما أن يبيعها في الحين، أو أن يعمل على تخزينها، قصد تحقيق أكبر قدر من الربح. وقد يصل مقدار المبادلة

ملايين الدينارات. والأمثلة على ذلك عديدة، كما كانت تشير إليه الصحف الوطنية.

2 - تدهور التدفقات السلعية عبر الديوان :

ويمكن أن نتبين ذلك من خلال تصفحنا لنتائج نشاط الديوان خلال أربعة مواسم على التوالي أي مابين 1979 و1983 حيث يظهر تطور حجم مشتريات الديوان من الخضر والفواكه.

تطور حجم مشتريات الديوان من الخضر و الفواكـه

الموسم	الكمية(طن)	%الإنخفاض
80-1979	434 496	-
81-1980	189 793	56,32 (-)
82-1981	164 136	62,22 (-)
83-1982	336 220 (منتظرة)	

المصدر9 39- Revue M. du C. No 2 Alger - Sept. 1983 P.37)
(جدول رقم 29)

بتفحصنا لمعطيات هذا الجدول نلاحظ تقهقرا في مستوى نشاط الديوان حسب نسب الإنخفاض في حجم تدفق منتجات الخضر و الفواكه خلال موسمي-- 1981-1980 -1981 -1982. وهي على التوالي :56,32 %، 62,22 % وذلك مقارنة بموسم 1980-1979، حيث كان الديوان يحتكرتسويق منتجات قطاع الإنتاج الإشتراكي. في حين يؤكد نفس المصدر أن الإنتاج الوطني من الخضر و الفواكه بقي خلال نفس الفترة يتجاوز 1,5 مليون طن؛ وهذا معناه أن ذلك الإنخفاض ليس سببه إنخفاض في الإنتاج، بل يرجع للمتعاملين الخواص على اختلاف فئاتهم نظرا لعودة بعضهم بقوة إلى نشاط تسويق الخضر و الفواكه ودخول البعض الآخر لأول مرة نتيجة ربحية النشاط. و أن هذا الإنخفاض كان على حساب الديوان و كذلك التعاونيات الولائية بحكم إفتقارها للإمكانيات المادية والتقنية.

3- ممارسة إرتفاع الأسعار :

يسعى الوسطاء الخواص إلى البحث على أقصى قدر من الأرباح في إطارحرية التسويق والأسعار من خلال رفع أقصى للهامش التجاري المقتطع

بالتعامل بالكميات المطروحة للبيع وشرائها والإحتفاظ بها؛ ومن ثم يمكنهم التحكم في أسعار بيعها. وعلى سبيل المثال، لو نظرنا إلى جدول أسعار الجملة المأخوذة في الصباح بسوق الجملة لبوفاريك وأسعارالتجزئة المأخوذة في نفس الصبيحة بالأماكن المجاورة.

الفروق بين أسعارالجملة وأسعارالتجزئة والهامش المحصل بالنسبة لبعض المنتجات

٪الهامش	سعر التجزئة	سعر الجملة	المنتجات	
166,6+	4,00	1,50	Feves	فول
60,0+	4,00	2,50	Artichauts	قرنون
42,8+	10,00	7,00	Concombres	خيار
60,7+	4,50	2,80	P de T	بطاطا

المصدر(39. Revue M du C N° 2 Alger Sep 1983 .P37)

(جدول رقم 30)

من هذا الجدول نلاحظ أن الفروق بين أسعارالجملة وأسعارالتجزئة تبدوا كبيرة، حيث تصل نسبة الهامش المحصل عليه من طرف تاجرالتجزئة بالنسبة للمنتوج الأول إلى مايزيد عن 166 ٪ عن سعر شراءالجملة؛ في حين أن أدنى نسبة تقدر ب 42 ٪ بالنسبة للمنتوج الثالث. أما نسبة متوسط الهامش المحصل عليها، فتبلغ حوالي 82٪؛ في حين أن أقصى نسبة للهامش بالنسبةلنظام التسويق الإشتراكي بمختلف هياكله العمودية -الديوان والتعاونية الولائية- لاتتجاوز30٪ من مقدارالمبيعات ؛ وهو مايدل على جشاعة الوسطاء الخواص و مهارتهم في اقتناص الأرباح.

المبحث الثاني

تنظيم المؤسسة الوطنية للتموين بالفواكه والخضر
«ENAFLA»

تقديم :

على إثر الوضعية المزرية التي آل إليها تسييرالديوان الجزائري للخضروالفواكه إستدعى الأمر إعادة هيكلته حيث إنبثقت عنه المؤسسة الوطنية للتموين بالفواكه والخضر وتوفيرها بانتظام «ENAFLA » -التي بدأت نشاطها في 1984 - قصد تصحيح وضعية تسويق الجملة العمومي للخضروالفواكه، بالإستجابة لمتطلبات التصريف، وضمان تلبية إحتياجات المواطنين. وسنتطرق في هذا المبحث إلي نشاط هذه المؤسسة و مدى مساهمتها في تحسين عملية توزيع الإنتاج الوطني و التصدير و الإستيراد..

أولا : نشأتها ، أهدافها ، وتطورها

أنشئت المؤسسة الوطنية للتموين بالفواكه والخضر وتوفيرها بانتظام بموجب الأمررقم 83-436 الصادرفي 1983/07/09، على إثر إعادة هيكلة الديوان الجزائري للخضر و الفواكه الذي تفرع عنه ثلاث مؤسسات عمومية و هي :

* المؤسسة الوطنية للتموين بالفواكه والخضروتوفيرها بانتظام «ENAFLA »، و يقع مقرها ببئرمراد رايس - الجزائر العاصمة - .
* الديوان الوطني للتموين «OND»، مقره ببسكرة .
* الأسواق «ASWAKS » وهي تابعة للولايات .

تعتبر هذه المؤسسة الوطنية مؤسسة إشتراكية ذات طابع اقتصادي وتجاري في علاقاتها مع الغير؛ ويخضع تسييرها لمبادىء ميثاق التسيير الإشتراكي للمؤسسات ، حسب النصوص المنشئة لها . تتكلف في إطار المخطط

الوطني للتنمية الإقتصادية والإجتماعية بضمان عملية ضبط السوق الوطنية بتموينها بالخضر والفواكه ، كما تشير المادة 4 .

* تقوم بالتعاون مع المؤسسات المعنية لإجراء الدراسات والإستقصاءات الإحصائية قصد تحديد إحتياجات الطلب الوطني .

* تقوم بالتعاون مع زبائنها بإعداد برامج تموينية .

* تعمل على تنفيذ برامج العقود «Contrats Programmes» المبرمة مع المنتجين على المستوى الوطني .

* تعمل على تنفيذ البرامج السنوية والأكثر من سنة لتصدير واستيراد الخضر و الفواكه.

* تسعى لتوفير مخزون للأمان الضروري لضبط السوق الوطنية.

* تسعى لتشكيل مخزون إستراتيجي وطني وتعمل على تسييره.

* تجمع ، تستغل، وتنشرالمعلومات التجارية و التقنية المتعلقة بتطور سوق الخضر و الفواكه.

تقع هذه المؤسسة تحت وصاية وزارة التجارة؛ وتعمل في إطار قرار مابين الوزارات المؤرخ ب 1982/04/27 والمتعلق بتنظيم التسويق ومراقبة أسعار الخضر و الفواكه.

وتنص الماة 15 على أن «مبلغ الأموال الإبتدائية للمؤسسة يتحدد بمرسوم، بمشاركة كل من البوزيرالمكلف بالتجارة و الوزير المكلف بالمالية». غير أن التركة التي ورثتها المؤسسة عن الديوان السابق فيما يخص تحديد قيمة الموجودات وعدم غلق الحساب الختامي، منذ انطلاق نشاطها؛ ترتبت عنه انعكاسات سلبية على مستوى تسييرها؛ منها الإجراءات التي إتخذتها إدارة الضرائب المتمثلة في فرض ضرائب عشوائية على المؤسسة التي تقدر ب392 مليون دج بسبب عدم غلق الحساب الختامي لأخر ميزانية الديوان السابق .

ومن الأحكام الإنتقالية أن واصلت المؤسسة القيام بوظيفة توزيع التجزئة من خلال محلاتها بالمساحات الكبرى، إلى غاية الإنتقال النهائي لهذه الوظيفة إلى المؤسسات الولائية المكلفة بالتوزيع المجزّء؛ حيث عملت على مساعدة هذه الأخيرة حين انطلاقها ولفترة زمنية متفق عليها.

غير أننا نشير أن قرار لجنة توزيع تركة الديوان السابق لم يكن في صالح المؤسسة، كونه حملها جميع خصوم و ديون مؤسسات أسواق «ASWAKS » التي تفرعت عن إعادة هيكلة الديوان.

إن عملية تنظيم المؤسسة على أساس تجميع الوحدات التي شرع فيها سنة 1988 تهدف إلى العمل على تنسيق النشاطات المتكاملة فيما بين وحدات المجموعة الواحدة؛ غيرأن عملية التنظيم هذه مالت لمركزية النشاطات على مستوى مديريات الوحدات المجمعة. و نلاحظ أن النقص في التاطير، وعدم وجود مخطط هيكلي مناسب (لتحديد المهام) شكلا وزرا ثقيلا على تنظيم وحدات المؤسسة . كما أن عدم وجود إجراءات مرنة وموحدة، والتاخر في وضع نظام للإعلام الآلي ساهم في تعقيد تسييرها .

لقد إقتصر نشاط الوحدات بالأساس على تموين المجموعات العمومية، باعتمادهم على وسطاء الجمع والتسليم بصورة أساسية، وعلى المنتجين بصورة ثانوية، في التزود بالمنتجات. كما تمارس من خلال نشاطها طرقا غير شرعية مع متعامليها مثل التاخير في التسديد، رفض قيامها بمساعدة المنتجين فيما يخص الجمع، النقل، التعبئة، علاوة على احتجاجها في مجال الأسعار والوزن والجودة .

لم تستطع المؤسسة في ظل حرية تسويق الخضروالفواكه وضع سياسة تجارية تسمح لها بالتاقلم مع الأوضاع الجديدة للسوق، ماعدا بعض العمليات الخاصة بالتصدير والإستيراد . كما أنها وجدت نفسها شبه معزولة عن نظام التسويق الذي يتميز بممارسات مضاربة من كل نوع. من ذلك، فإن نصيبها من الكميات المعالجة لايتعدى 3٪ .و من البديهي أن هذه النسبة الضعيفة لا تمكّن المؤسسة من أن تقوم بمهمة ضبط و انتظام السوق.

أما الإستراتيجية التي سطرتهاالمؤسسة لنفسها، فإنهاتسعى إلى تقريب تكامل الصناعة الغذائية مع الإنتاج الزراعي، وتكامل أهداف ونشاطات المؤسسة مع دائرة الإنتاج ؛ من شانها أن تسمح بـ :

* ضمان انتظام توفير المنتجات الأساسية .
* العمل على إيجاد عمليات تتعلق بالضوابط (Normalisation) والتكييف (Conditionnement) .
* تطور الصادرات .

ومن الاهداف التي تسعى إليها خلال الفترة 1990-1994 مقارنة بما تحقق في السابق فإنها تسعى إلى :

- الزيادة في التموين بمتوسط سنوي يقدر بـ 22 ٪.
- الزيادة في الصادرات بمتوسط سنوي يقدر بـ34 ٪
-الزيادة في المستخدمين بمتوسط سنوي يقدر بـ 7 ٪

وعليه، فإن المؤسسة في آفاق 1994 تحاول تحقيق معالجة حوالي 20 ٪ من مجموع الإنتاج الوطني المنتظر؛ وذلك في حالة ما إذا استطاعت أن تتغلب على الصعوبات التي تعرفها حاليا.

ثانيا : بنية هياكل المؤسسة

1- تنظيم هياكل المؤسسة وعلاقاتها :

من أجل تحقيق هياكل المؤسسة لأهدافها في إطارقرار1982/04/27 حول انتظام توفر منتجات الخضر و الفواكه، وخاصة الإستراتيجية منها، بالسوق الوطنية، وكذلك القيام بعمليتي التصدير و الإستيراد، فإن تنظيم العلاقات التبادلية بين المنتجين والمتعاملين العموميين أصبح يتم في إطارتعاقدي حر. وهي علاقات متعددة ومتنوعة، يحركها دافع الربح، الذي صارخاصة بالنسبة لأجهزة التوزيع العمومية، المعيار الوحيد المفضل في توجيه نشاطها؛ وبذلك تكون الوحدات الإنتاجية للقطاع الإشتراكي قد تخلصت من قيود التبعية التي كانت تفرض عليها في شكل ضوابط إدارية تجبرها على احترامها؛ مما أدى إلى نتائج أثرت سلبيا على قطاع الإنتاج.

وعليه، فإن المؤسسة تكون قد عملت على تكييف هياكلها قصد استجابتها لمسايرة التنظيم الجديد؛ وذلك من خلال تنظيمها على مستوى المحلي أو الجهوي. فعلى مستوى التنظيم االمحلي، قامت المؤسسة بوضع هياكل من شانها أن تتلاءم و متطلبات مهام التسيير؛ وعلى هذا الأساس، أقامت خمس مديريات هي على التوالي :

1.1 - مديرية التصدير و الإستيراد : وتتكلف بمهمة التصدير في حالة وجود فائض من المنتجات على مستوى السوق الوطنية؛ كما تتكلف بمهمة الإستيراد في حالة ملاحظة عجز في المنتجات بالسوق الداخلية.

1.2 - مديرالمالية والمحاسبة : وهي التي تتكلف بمسك القيود المحاسبية مركزيا وتشرف على العمليات المالية التي تتم على مستوى هياكل المؤسسة وتراقبها .

1.3 - مديرية التوزيع وضبط السوق : تقوم بمراقبة انتظام توفر المنتجات ذات الإستهلاك الواسع على مستوى السوق الو طنية، من خلال وحدات المؤسسة المنتشرة عبرالتراب الوطني؛ حيث المواقع التي يكون بها فائض في الإنتاج وتلك التي بها عجز، تقوم المديرية بتوجيه الوحدات من أجل التدخل

قصد تحقيق توازن السوق الوطنية.

1.4 - مديرية الدعم اللوجستيكي (التموين) :

تتكلف بمتابعة ومراقبة العمليات التموينية الضرورية للتسيير العادي لنشاط التسويق، والخاصة بتوفير التعبئة، ووسائل النقل، و تكييف، وحفظ وتخزين المنتجات الوطنية أو المستوردة و الموجهة للسوق الوطنية، أو المنتجات الموجهة للتصدير.

5 - مديرية التخطيط و دعم الإنتاج :

تتكلف بتهيئة العلاقة مع قطاع الإنتاج قصد عرض الخدمات التي يكون في حاجة إليها، وتزويده بها؛ ومن ثم حمل المنتجين على إبرام عقود مع المؤسسة لتسليم منتجاتهم حال نضجها. تتعلق الخدمات المقدمة للمنتجين بالبذور، الأسمدة، مواد الحماية النباتية، النقل وغيرها. وعلى هذا الأساس يمكن تخفيظ برامج التسويق حسب نوع المنتجات وجدولها الزمني .

أما تنظيم المؤسسة على المستوى الجهوي، فالأمر يتعلق بوجود حوالي خمسون وحدة موزعة بشكل مختلف على مجموع التراب الوطني، وتقسيمها حسب النشاط الذي تقوم به و هو كالتالي :

* ثلاثة وثلاثون (33) وحدة تتكلف بنشاط كل من التموين، التكييف، التوزيع .

* ثلاثة عشر (13) مركبا للتبريد (Complexes Frigorifiques).

* سبع (07) وحدات للدعم (Soutien) تخص أعمال البناء، النجارة النقل والصيانة.

* وحدة واحدة لتحويل النباتات العطرية (Plantes Aromatiques) .

أما وحدات نشاط كل من التموين ، التكييف ،والتوزيع ، فإنها تتوزع على مستوى جهوي من خلال ثماني (08) مفتشيات جهوية للولاية كما يلي :

1 - المفتشية الجهوية لتيبازة .
2 - = = للبليدة .
3 - = = لمعسكر .
4 - = = لقسنطينة .
5 - = = لوهران .
6 - = = للطارف .
7 - = = للشلف .

8 - = = لأدرار .

وأن كل مفتشية من هذه المفشيات الجهوية ترتبط بها المراكز التالية :

* مراكز التكييف : التي تعمل خاصة من أجل تكييف المنتجات لغرض السوق الخارجية .

* مراكز التوزيع : حيث يتميز نشاطها بالأساس على توزيع المنتجات على مستوى السوق الداخلية.

* مركبات التبريد : وهي تعمل على حفظ منتجات المؤسسة لغرض ضبط وانتظام السوق الداخلية، من حيث الزمان والمكان، وكذلك بالنسبة لتلك المنتجات الموجهة للتصدير. وهي مركبات منتشرة بمناطق عديدة من شمال الوطن .

* المراكز المينائية : وهي تقع بالمدن المينائية. يتمثل نشاطها في استقبال ومراقبة المنتجات وإرسالها للأسواق الخارجية في حالة التصدير، أوللأسواق الداخلية في حالة الإستيراد. وهي تقع بمدن كل من الجزائر، وهران، مستغانم، عنابة، سكيكدة .

أما فيمايخص مراكزالتكييف، فمن المهم معرفة كيفية توزيعها على مستوى المفتشيات الجهوية. وذلك وفق الترتيب الموالي :

- المفتشية الجهوية لتيبازة وتشمل :
  - مركز التكييف لبوسماعيل .
  - مركز التكييف لفوكة .
  - مركز التكييف لسطاوالي .
  - مركز التكييف لعين بنيان .
  - مركز التكييف لبئرخادم .
  - مركز التكييف لسيدي غليس (شرشال)
- المفتشية الجهوية للبليدة، و تشمل :
  - مركزالتكييف لبوفاريك . B1
  - مركزالتكييف لبوفاريك . B6
  - مركز التكييف لوادي العلايق .
  - وحدة النباتات العطرية .
- المفتشية الجهوية للشلف :
  - مركزالتكييف T1 للشلف .

- مركز التكييف T3 للخميس.
- مركز التكييف T4 لوادي الفضة.
- مركز التكييف T5 للشلف.
- مركز التكييف لغيلزان.

- المفتشية الجهوية لوهران، و تشمل:
- مركز التكييف لوهران.
- مركز التكييف لمستغانم.

- المفتشية الجهوية لمعسكر، وتشمل:
- مركز التكييف للمحمدية.

- المفتشية الجهوية لأدرار، وتشمل:
- مركز التكييف لأدرار.

- المفتشية الجهوية لقسنطينة، وتشمل:
- مركز التكييف لسيدي عبدالعزيز.

- المفتشية الجهوية للطارف، وتشمل:
- مركز التكييف لكاف مراد.
- مركز التكييف لإبن عزوز.
- مركز التكييف لسكيكدة.

ويرى مسؤولوا المؤسسة أن هذه المفتشيات لم تستطع القيام بدورها كما ينبغي فيما بعد، خاصة في مجال تقديم المعلومات حول سيرنشاط الوحدات؛ حيث صارت تتميز بعدم الشفافية، وتصل للمركز منحرفة، نظرا لكونها غيرمسؤولة مباشرة عن عملية التسيير. الأمرالذي أدى إلى الإستغناء عن هذه المفتشيات، وإعادة تنظيم تلك الوحدات بشكل يسمح بإعطائها حرية أوسع في مجال استقلال تسييرها.

وعليه تعتبرعملية التكفل بدعم إنتاج الخضروالفواكه لوحدات الإنتاج الإشتراكي سابقا، والإستغلالات الفلاحية الفردية والجماعية حاليا (E.A.I et E .A.I.C) من قبل أجهزة التسويق العمومي، من الأهداف الأساسية لقرار1982/04/27 ، وذلك من خلال الإجراءات العملية التي جاء بها، والتي تعمل على تسهيل العلاقة فيما بينها، حسب نوعين من العقود النموذجية؛ منها المتضمنة لعمليتي الجني والنقل، و الغير المتضمنة لهما. وعلى هذا الأساس فعند بداية كل موسم، تقوم وحدات التسويق العمومي بإبرام عقود مع وحدات

الإنتاج تحت ظل اللجنة الولائية المنصوص عليها في القرار. إلا أن تجسيد هذه العقود واجه صعوبات ناجمة أساسا عن عدم الإتفاق على أسعار مكافئة، حيث أدت إلى فسخها من قبل المنتجين إثر زيادة تكلفة عوامل الإنتاج.

نظرا لكون عملية جني المحاصيل تحتاج إلى يد عاملة كبيرة، وحيث وجود عدد كبير من المسنين بالمزارع، والسعي الحثيث لمسيري وحدات الإنتاج في الإقتصاد في التكاليف خاصة في إطار تحرير الأسعار، دفع بوحدات الإنتاج إلى التوجه نحو المتعاملين الخواص لبيع منتجاتهم في الحقل والإستفادة من ميزاته.

وفي هذا الإطارسنبين نسبة حجم المنتجات التي تم شراؤها من قبل أجهزة التوزيع العمومي على مستوى ولاية الجزائرخلا ل الموسمين 1983/82 و1985/84 .

متعاملوا القطاع العمومي	موسم 1983/82	متعاملوا القطاع العمومي	موسم 1985/84
	٪المشاركة		٪المشاركة
التعاونية الولائية COFEL الديوان (سابقا) OFLA	٪61 ٪18	المؤسسة ENAFLA التعاونية الولائية COFEL	٪20 ٪11
مج القطاع العمومي	٪79	مج ٪القطاع العمومي	٪31

المصدر: مديرية التسويق وزارة الفلاحة

(جدول رقم 31)

نشير إلى أن كميات الخضر والفواكه المشتراة من قبل أجهزة التوزيع العمومية تتكون بالأساس من منتجات المحاصيل المغطاة.

يبين الجدول أعلاه مدى الإنخفاض في نسبة الكميات المشتراة من قبل الأجهزة العمومية بصورة عامة. فبعد ما كانت هذه النسبة خلال الموسم 1983/ 82تقدربـ79 ٪ ، أصبحت خلال موسم 1985/84 تقدربـ31 ٪ ، خاصة بالنسبة للتعاونيات الولائية؛ وذلك للأسباب المذكورة آنفا.

2 - تنظيم هيئات تسيير المؤسسة :

لقد تم إعادة تنظيم هيئات تسيير المؤسسة في ظل التغيير الشامل للتنظيم والتسويق للخضر و الفواكه بصورة تدريجية وفق الأمر رقم 74/71 بتاريخ 1971/11/16 المتعلق بالتسيير الإشتراكي للمؤسسات؛ وذلك بإعتباره مؤسسة عمومية كباقي المؤسسات الأخرى . فللديوان شخصية معنوية واستقلال مالي؛ وتحدد هيئات تسييره في مجلس العمال : الرئيس ، مجلس الإدارة والمدير.

2. 1 - مجلس العمال : لكل مؤسسة أو وحدة تابعة لها مجلس للعمال؛ يمكن الإنخراط به العاملون الذين لهم أقدمية بالمؤسسة أوالوحدة ستة أشهر على الأقل، والذين يعيشون من ناتج عملهم بالمؤسسة أوالوحدة ويبلغون من العمر 19 سنة كاملة.

- تشكيل مجلس العمال : يتشكل مجلس العمال للمؤسسة أوالوحدة من 7 إلى 25 عضوا؛ وذلك حسب الأهمية العددية للعاملين. يشترط في المترشح أن يكون منخرطا في النقابة لمدة سنة عى الأقل، وأن يكون قد بلغ سن 21 كاملة، ويتمتع بحقوقه المدنية. يتم انتخاب مجلس العمال لمدة 3 سنوات من طرف مجموع العاملين. تجمع الترشيحات من قبل لجنة الترشيحات المتكونة من ممثلين عن الحزب، والإتحاد العام للعامل الجزائريين، وممثلين كذلك من طرف الوصاية. تحدد القائمة النهائية بضعف عدد المناصب؛ وتجرى الإنتخابات بالإقتراع السري حسب الأغلبية البسيطة.

- تسيير مجلس العمال : يعقد مجلس العمال للمؤسسة إجتماعين عاديين في السنة؛ في حين يعقد مجلس العمال للوحدة أربعة إجتماعات عادية في السنة. يمكن لكل من المجلسين أن يعقد إجتماعات غير عادية بطلب من المدير العام، أو بطلب من ثلثي أعضاء مجلس العمال على الأقل، بتقديم طلب لدى الرئيس، حيث يستدعي هذا الأخير المجلس للإنعقاد تحت رئاسته. يمكن لأي عضو أن يطلب إضافة نقاط لجدول الأعمال، على أن تكون ضمن إطار مهام مجلس العمال. باكتمال النصاب، يصادق المجلس على جدول الأعمال، ويجري مداولاته؛ وإذا لم يكتمل النصاب يستدعي مجلس العمال للإنعقاد من جديد عن طريق الإعلان. و بانعقاد المجلس تجري المداولات مهما كان عدد الحاضرين.

تتخذ القرارات و المقررات و التوصيات بالأغلبية البسيطة للحاضرين. يدون محضر الجلسات و يرسل إلى كل من المدير العام والسلطات الوصية.

يمكن للجمعية العامة أن تعلق نشاطها ؟ أوتحل في حالة كل تقصير أو

ارتكاب أخطاء جسيمة أثناء تادية مهامها؛ وذلك بقرار وزاري بالنسبة لمجلس الوحدة، وبمرسوم بالنسبة لمجلس عمال المؤسسة؛ ويكون ذلك بمبادرة من الهيئات النقابية و الحزبية أو السلطة الوصية.

2 . 2 - مجلس الإدارة : في إطار الأمر المتعلق بالتسيير الإشتراكي للمؤسسات يكون لكل مؤسسة أو وحدة مجلسا للإدارة، يساهم عن قرب في تسيير نشاطها.

- تشكيل مجلس الإدارة : يتشكل مجلس الإدارة للمؤسسة من المدير العام وبعض من نوابه، و واحد أو إثنين من الممثلين المنتخبين من الجمعية العامة لمدة ثلاث سنوات. ويتم تثبيت أعضاء المجلس بمرسوم من قبل السلطة الوصية، وعزلهم بنفس الطريقة؛ ولا يسمح لذوي القرابة المباشرة للمدير، الترشح لمجلس الإدارة. ونفس الشيء، بالنسبة لتشكيل مجلس إدارة الوحدة، على أن يكون تثبيت أعضاء المجلس بقرار من السلطة الوصية لتلك الوحدة.

- تسيير مجلس الإدارة : يجتمع مجلس الإدارة للمؤسسة مرة واحدة في الاسبوع على الاقل تحت رئاسة المدير العام. كما يمكن أن يجتمع أيضا باستدعاء من هذا الاخيرإذا كان يرى ذلك ضروريا. تدون المناقشات في محضرالجلسات. ونفس الشيء بالنسبة لتسيير مجلس إدارة . الوحدة على أن يكون مدير الوحدة، عوضا عن المدير العام.

- مهام مجلس الإدارة : من مهام مجلس الإدارة أن يعلم بسير المؤسسة ويبت في المواضيع التالية :

* البرامج العامة لنشاط المؤسسة، وبرامج البيع و التموين.
* مشاريع توسع نشاط المؤسسة.
* مشاريع المخططات وبرامج إستثمار المؤسسة.
* الحساب الختامي، حساب الإستغلال، حساب الأرباح والخسائر، حساب تخصيص النتائج للتقريرالسنوي لنشاط الإستغلال المنصرم .
* مشروع قانون المستخدمين و شبكة الأجور.
* مشروع المخطط الهيكلي للمؤسسة (L'Organigramme) .
* تسوية نزاعات المؤسسة.

أما بالنسبة لمجلس إدارة الوحدة، فإنه يقوم بنفس المهام المذكورة أعلاه و المتعلقة بالوحدة نفسها.

3.2 - الرئيس :

- تعيين الرئيس : ينتخب الرئيس من بين عضوين ينتميان لمجلس عمال (المؤسسة أو الوحدة). يتقدمان للترشح لهذا المنصب لمدة سنة قابلة للتجديد، وذلك بالإقتراع السري من طرف أعضاء مجلس العمال.

- مهام الرئيس : يقوم الرئيس باستدعاء مجلس العمال لعقد الجمعية العامة (لعمال المؤسسة أو الوحدة) و يدير مناقشاتها.

* يقوم بتحضيرجدول أعمال إجتماعات مجلس العمال بالإشتراك مع المدير.

* يقوم بإستدعاء أعضاء مجلس العمال للإجتماع قبل 8 أيام من إنعقاده.

يمكن لأمين الفرع النقابي أن يرأس إجتماع مجلس العمال.

4.2 - المدير :

- تعيين المدير : يتعين المديرالعام للؤسسة باقتراح من السلطة الوصية بمرسوم ، ويعزل بنفس الطريقة.

أما مديرالوحدة فيتعين بقرارمن السلطة الوصية، باقتراح من المديرالعام لمؤسسة ويعزل بنفس الطريقة.

- مهام المدير : يعمل المديرالعام للمؤسسة تحت سلطة الوصاية، ويكونا مسؤولا على السيرالعام للمؤسسة في إطارالمهام المحددة له في نصوص التشريع والتنظيم المعمول به، وفي إطار إحترام المهام الموكلة لمجلس العمال. يمثل المؤسسة في كل أعمال الحياة المدنية، ويمارس سلطة التسلسل الإداري على المستخدمين.
يقوم بالإشتراك مع الرئيس بتحضير جدول أعمال جلسات مجلس العمال وإرسال الإستدعاءات للأعضاء قبل 8 أيام من إنعقاد الإجتماع.

في حين أن مديرالوحدة يقوم بنفس المهام على مستوى الوحدة، وتحت سلطة المدير العام للمؤسسة.

3 - اللجان الدائمة :

ينص الأمر رقم 83 -436 الصادر في 1983/07/09 المتضمن إنشاء المؤسسة الوطنية للتموين بالفواكه والخضر و توفيرها بانتظام في مادته التاسعة بوجوب وجود لجان دائمة، كأجهزة لتسييرالمؤسسة و وحداتها، كما هو محدد في الأمر رقم 71-74 الصادرفي 1971/11/16 المتضمن التسييرالإشتراكي للمؤسسات؛ هذا الأخير ينص في مادته 49 «أنه يمكن إنشاء لجنة دائمة أو أكثر لدى المؤسسة أوالوحدة، وفي كل الأحوال لايمكن إنشاء أكثر من خمس(05) لجان عن القضايا التالية :

- القضايا الإقتصادية والمالية - القضايا الإجتماعية والثقافية. - قضايا المستخدمين والتكوين. - القضايا التاديبية - قضايا الأمن والنظافة».

كما تشير المادة 50 إلى أن كل لجنة دائمة يكون أعضاؤها معينون بالأولوية من طرف مجلس العمال، ماعدا اللجان الخاصة بمسائل التاديب، النظافة، والأمن؛ في هذه الحالة يتشكل نصف اللجنة من أعضاء معينين من طرف مجلس العمال والنصف الآخر من طرف الإدارة، و ذلك حسب مؤهلاتهم. أما مهام هذه اللجان، فتحددها المواد من 51 الى 56 ؛ من ذلك أن :

- اللجنة الإقتصادية والمالية، تتكلف بصورة عامة بدراسة جميع المشاكل المتعلقة بالتسيير الجاري، على المستوى الإقتصادي والمالي؛ كما تشارك في إبرام كل الصفقات.

- لجنة القضايا الإجتماعية والثقافية، فهي تتكلف بدراسة جميع المسائل الخاصة بالوضعية الإجتماعية للعمال، وعند الإقتضاء « Le Cas Echéant » تسيير الخدمات الإجتماعية والثقافية للمؤسسة أوالوحدة.

- لجنة المستخدمين والتكوين، حيث تتكلف بالخصوص بإعداد سياسة الإستخدام و التكوين؛ وتكون إستشارتها إجبارية، فيما يتعلق مسائل توظيف المستخدمين، المداخيل، والإمتيازات المادية الممنوحة للمستخدمين.

- لجنة التاديب، وتكون مكلفة بإبداء رأيها مقدما، في جميع مسائل تاديب المستخدمين التي على المدير أن يعرضها عليها، قبل إتخاذ قرار بشانها. غير أن المسائل الإستعجالية، لا تفرض رأي اللجنة مسبقا.

- لجنة النظافة والأمن، وتضمن تطبيق المعايير المنظمة للنظافة والأمن وتبدي إقتراحاتها حول التحسينات التي ترى أنها ضرورية ؛ كما أنها تلعب دورا فيما يخص تكوين المستخدمين في مجال الحماية.

وتجدر الإشارة إلى أن تطبيق هذا الأمر المتعلق باللجان الدائمة، لم يتم تجسيده في الميدان إطلاقا من طرف المؤسسة و جميع الدواوين التي يتميز نشاطها بطابع زراعي. كما أن المؤسسة عند بداية نشاتها كانت تخضع كثيرا في تسييرها للسلطة الوصية؛ غير أنها الآن بدأت تعرف نوعا من الإستقلالية لكونها أصبحت تتحمل نتائج قراراتها في مجال تسييرها.

4 - التسيير المالي للمؤسسة :

يخضع التسيير المالي للمؤسسة للأحكم التشريعية المعمول بها، والمتعلقة بالتسيير الإشتراكي للمؤسسات الصادرفي 1971/11/16 تحت رقم 71-74 والذي تنظمه ثماني (08) مواد، من 71 إلى 78 حيث تنص مادته 71 «تتحدد الهياكل المالية للمؤسسة حسب طبيعة النشاط الذي تقوم به».

أما المادة 19 فتشير إلى الحساب الختامي، حساب النتائج، حساب تخصيص النتائج و التقرير السنوي للنشاطات السابقة، المرفقة بأراء و توصيات مجلس عمال المؤسسة أو الوحدة، وتقرير الهيئة المكلفة بالمراقبة؛ حيث تقدم إلى الوزراء المكلفين بالتجارة ، المالية، التخطيط، وإلى رئيس مجلس المحاسبة.

غير أن المادة 20 توضح بأن مسلك حسابات المؤسسة يتم وفق أحكام الأمر رقم 75-33 الصادر في 1975/04/29 المتضمن المخطط الوطني للمحاسبة.

ونشير إلى أن المؤسسة قد انطلقت في نشاطها بعد إعادة هيكلة الديوان الجزائري للخضروالفواكه، دون أن تصفى ديون هذا الأخير؛ الأمر الذي جعلها تعرف عجزا ماليا منذ البداية؛ مما أثرسلبيا على نشاطها العادي، بالرغم من تكليف أحد المصفين من الشركة الوطنية للمحاسبة، الذي دامت أعماله مدة سنة دون أن تسفر على أية نتيجة، نظرا لتعقيد الموضوع.

ثالثا: تحليل نشاط المؤسسة الوطنية للتموين بالفواكه والخضر وتوفيرها بانتظام

1- من جانب توزيع الإنتاج الوطني :

إنطلقت المؤسسة في نشاطها مباشرة بعد إنشائها وانتقال جميع ممتلكات الديوان لها، في إطارأحكام تنظيم مكيفة حسب المهام الجديدة الموكلة لهاباستغلال كل الوسائل البشرية والمادية والمالية التي منحها لها القانون والمخططات وبرامج التنمية. يمكنها التعاقد في مجال الإقتراض من أجل تدعيم وسائلها المالية الضرورية قصد أداء مهمتها، وتحقيق الأهداف المسطرة في إطار مخططات وبرامج التنمية. كما يمكنها القيام بالعمليات التجارية المنقولة وغير المنقولة والمالية والصناعية التي تشمل موضوع نشاطها، والتي تسمح بتوسعها في حدود مهامها و في إطار القواعد التشريعية المعمول بها.

فالمؤسسة تتمون من المزارع الفلاحية الإشتراكية (DAS)، ومن قطاع الإنتاج الخاص، بعد المفاوضة وإبرام العقود مع وحدات المؤسسة المنتشرة عبرالتراب الوطني. وأن هذه الوحدات هي نفسها تقوم بعملية توزيع المنتجات في إطارانتظام السوق؛ كما نشير إلى أن عملية انتظام السوق بالمنتجات الإستراتيجية لم تكن شاملة فيما يخص منتجات البطاطس، البصل الحوامض، وغيرها، لكون العلاقات التعاقدية تتم بصورة إنتقائية، خاصة في المراحل الأولى

من حياة المؤسسة ، حيث تختار المنتجات الأكثر مكافأة، وليس على أساس إستراتيجيتها. فبهذه الممارسة، أصبح من غير الممكن للمؤسسة أن تشكل مخزونات هامة من شانها أن تؤثر بها على تعديل الأسعار و انتظام السوق.

هذه الوضعية سمحت كثيرا لوسطاء الجمع والتسليم باستغلالها باحلالهم محل الأجهزة العمومية للتوزيع بصورة عامة، وذلك بشراء جانب كبير من الإنتاج حتي يسمح لهم :

* بالتدخل بقوة في تحديد الأسعار عند الإنتاج.
* استعمال مناورات تسعى إلى إبقاء الأسعار مرتفعة في الأسواق .

وهو ما أدى إلى وجود فروق بين أسعار الإنتاج وأسعار الإستهلاك تتراوح مابين 300 ٪ و 400 ٪. و ذلك ناتج عن عدم تحكم هياكل التوزيع العمومية في السوق؛ مما أضر بمصلحة كل من المنتجين والمستهلكين على حد سواء.

ومنذ حصولها على إنتاج كبير خلا ل سنة 1985 فإن المؤسسة لم تعمد إلى استيراد منتوج البطاطس حتى خلال فترة اللحا م (La Periode de Soudure) ؛ وهذا بفضل التطور الكبير في مجال الإنتا ج من جهة، ونظام التخزين المبرد لمنتوج البطاطس الفصلي والمتاخر "Saison et Arrière Saison" من جهة أخرى.

والجدير بالذكر أن المهمة الكبيرة التي تقوم بها المؤسسة كل سنة، خاصة فيما يتعلق بالعمليات ذات المدى الواسع كجني البطاطس بمعسكر وباقي النواحي، ومنتوج الطماطم بادرار، والبرقوق بنقاوس، فإن نجاح هذه العمليات يرجع لمركبات التبريد التابعة للمؤسسة نفسها، وتلك التابعة للمؤسسة الوطنية للتبريد "ENAFROID" التي تقدم مساعداتها من خلال إمكانيات التخزين المتوفرة لديها بشرق و غرب البلاد، حيث تعمل على انتظام السوق الداخلية.

1 . 1- تطور حجم التوزيع على مستوى المؤسسة :

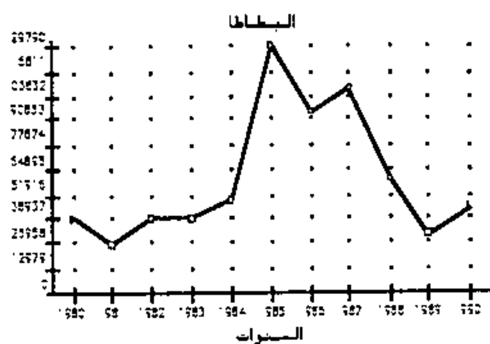
تطو حجم توزيع منتجات الخضر والفواكه على مستوى المؤسسة
خلال المرحلة 1990/80

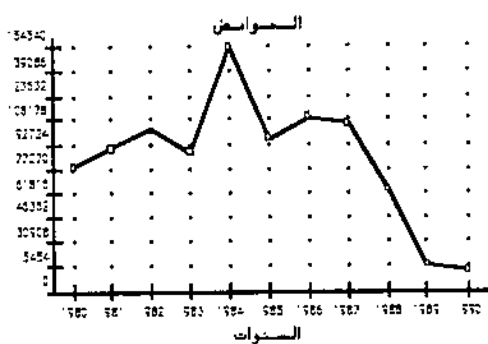
المجموع	فواكه.ص F.d'été	خضروات Maraich	تمور Dattes	بصل Oignons	ثوم Aulx	بطاطس P de T	حوامض Agrumes	منتجات / سنوات
138 273	-	-	11806	7782	507	40 000	78178	1980
133 800	-	-	9 800	8 000	1 000	25 000	90 000	1981
154 503	-	-	9 678	3 127	199	40 000	101 499	1982
200 982	13 900	31 303	248 50	3 500	500	39 100	87 829	1983
259 043	140 36	338 55	3 358	4061	209	48 987	154 537	1984
264 639	7 360	27 350	1037	2788	423	129 786	95 900	1985
256 487	10 407	35 336	537	5 479	431	95 304	108 993	1986
275 681	84 73	41098	4104	8058	259	108 009	105 680	1987
175 504	7682	34925	2167	7308	651	59032	637 39	1988
81068	6304	19254	'39	3804	289	30622	16 867	1989
98 340	4793	23704	2822	8697	354	44 830	13140	1990

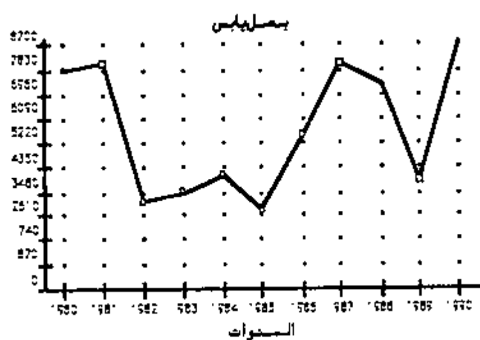
المصدر : ENAFLA Direction de Distribution et Régulation du Marché

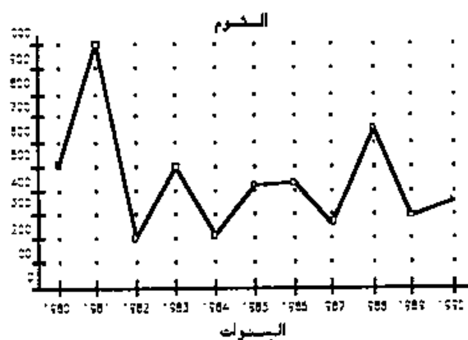
(جدول رقم 32)

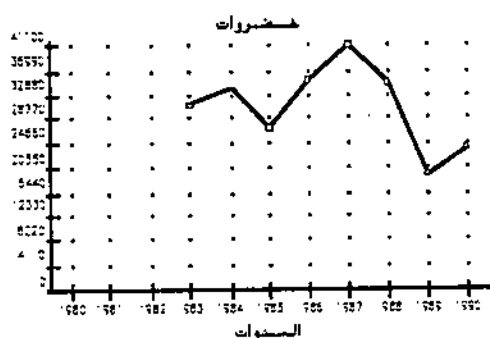
وحدة القياس : طن

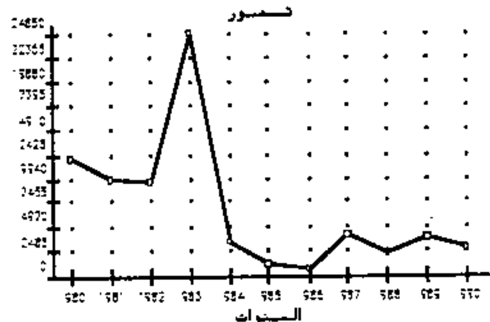


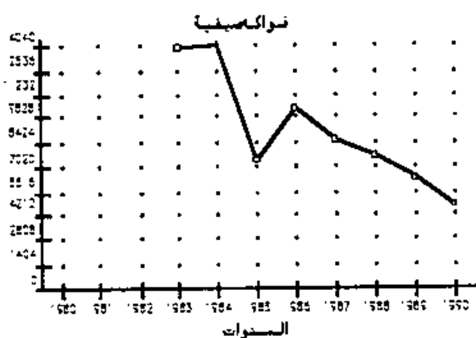












المحاور العمودية : تمثل الكميات بالطن

تحليل الجدول :

يقدر المسؤولون بالمؤسسة أن حجم الإنتاج الوطني من الخضروالفواكه سنويا، يبلغ 3 ملايين طنا؛ منها مليون واحد من منتوج البطاطس لوحده. في حين أن المؤسسة تساهم في تسويق فقط حوالي 250 ألف طن من مجموع الإنتاج الوطني ، أي بنسبة 8,33 ٪ . وهي نسبة ضئيلة جدا لاتؤهل المؤسسة من أن تقوم بمهمة ضبط توفر هذه المنتجات والتحكم في أسعارها بالسوق الوطنية.

وبالنظر إلى الشكل البياني المتعلق بتطورحجم توزيع منتجات الخضروالفواكه من قبل المؤسسة على مستوى السوق الداخلية، ولأول وهلة، نجد أن منتجات الفواكه تحتل الصدارة من حيث الكميات المتعامل بها خلا ل المرحلة ما بين 1990 و 1980، و تحتل فيها الحوامض مقدمة الترتيب، إذ بلغت أعلى مستوى لها في سنة 1985 بحجم يزيد عن150 ألف طن ليتقهقرفي السنة الموالية 1986 إلى حوالي 95 ألف طن، ليميل نحو الصعود سنة1987 بكمية مقدارها 108 ألف طن؛ ثم إتخذ إتجاها تنازليا باستمرار فيما بعد إلى غاية سنة1990 . ويرجع تعامل المؤسسة بهذا القدر من منتوج الحوامض لكون هذا الأخير يتميز بفترة إنتاج طويلة نسبيا وبخصائص طبيعية تجعله قادرا على تحمل ظروف النقل والتخزين.

يأتي في المرتبة الثانية منتوج التمورالذي بلغت المؤسسة أقصى كمية في توزيعها له سنة 1983 بكمية تقدربـ 24850 طن. لكن بإنشاء الديوان الوطني للتمور الذي احتكر تسويق هذا المنتوج بداية من سنة 1984، نجد أنه ابتداء من هذه السنة بدأت تتقهقر الكميات المسوقة من قبل المؤسسة، لتصبح مجرد كميات رمزية.

أما الفواكه الصيفية مثل العنب، المشمش، البرقوق والخوخ وغيرها، فإن أكبر كمية تم تسويقها من خلال المؤسسة تعود إلى سنة 1984 بكمية تقدر بـ 14 ألف طن. غير أنها عرفت ميلا نحو التقهقر في السنوات التي تلتها.

أما منتجات الخضر، فالأمريتعلق بثلاثة أنواع تتميزباستهلاك واسع؛ يتصدرها منتوج البطاطس الذي تم تسويق أكبر كمية منه عبر المؤسسة، خلال سنة 1985 بكمية تقدر بحوالي 130 ألف طن؛ وهي النسبة التي عرف الإنتاج الوطني فيها مستوى أعلى، ليتراجع في السنة الموالية إلى95 ألف طن، ثم ليرتفع من جديد في سنة 1987 إلى حوالي 108 ألف طن. غير أن أدنى مستوى عرفته المؤسسة كان في سنة 1989، إذ وصل إلى مايقارب 30 ألف طن. يأتي

بعد ذلك منتوج البصل اليابس، الذي تراوحت الكمية المسوقة منه خلال الفترة المعنية مابين 2000 طن و8000 طن. وأخيرا الشوم الذي تتراوح الكمية المسوقة منه عبر المؤسسة مابين 200 طن و500 طن.

ونشير إلى أن هذين المنتوجين الأخيرين من الخضر يعتبران أساسيان للإستهلاك؛ غير أنهما يدخلان بنسبة قليلة في الوجبة الغذائية بالنسبة للمستهلك الجزائري، وذلك مقارنة بمنتوج البطاطس.

المبحث الثالث

تحليل العمليات التوزيعية و التجارية و الإستيراد و التصدير

تقديم :

من الممارسات المتعلقة بنشاط المؤسسة نذكر العمليات التوزيعية، تصنيف الجودة « Normalisation »، التعبئة، التخزين، وغيرها. أما العمليات التجارية، فتخص كيفية تشكيل الأسعار وعوامل تحديدها.

وباعتبار المؤسسة أداة لضبط وانتظام توفر المنتجات بالسوق الداخلية فإنها تقوم بالإستيراد قصد ضمان توازن السوق. تتطلب هذه العملية ثلاث مراحل أساسية تخص كيفية تحضير العقد، ثم إبرامه، وأخيرا تنفيذه. على أنه من الأهمية بمكان إستعراض تطور الواردات كميا واستخلاص النتائج من ذلك .

التصدير يعد من العمليات الهامة من بين نشاطات المؤسسة، نظرا لبعده الإستراتيجي لكل اقتصاد وطني؛ خاصة و أن الجزائر كانت تحتل مكانة مرموقة في الأسواق الأوربية و العالمية للخضروالفواكه، لاسيما في مجال تصدير الحوامض. فلنتساءل عن وضعيتها اليوم ؟ . ثم ماهي المراحل التي يمكن اتباعها لإنجاز عملية التصدير.

أولا : تحليل العمليات التوزيعية والتجارية

1- العمليات التوزيعية :

يتعلق الأمر بتحليل مجموعة العمليات المرتبطة مباشرة بتوزيع منتجات الخضر والفواكه، التي من شانها أن تسمح بانسياب هذه الأخيرة من المنتج إلى تاجر التجزئة في ظل ظروف ملائمة؛ و قد تخص المعايرة (مراقبة الجودة) Normalisation التعبئة Emballage، التخزين وغيرها. وهي عمليات تساعد على انتقال المنتجات عند ظروف معينة .

1.1 - المعايرة (تصنيف الجودة) (Normalisation) :

إن بروز ظاهرة زيادة الطلب عن عرض منتجات الخضر و الفواكه التي ابتدأت منذ السبعينات نتيجة تحسين مستوى معيشة المواطنين بارتفاع دخولهم، جعل من الصعوبة بمكان ترتيب جودة المنتجات على مستوى السوق الداخلية يتم على أساس معايير علمية ودقيقة مثل ما هو الحال بالنسبة للمنتجات الموجهة للتصدير.

فتصنيف الجودة يتم بين وحدات الإنتاج والمؤسسة من خلال معايير عامة متداولة ومتعارف عليها في تجارة الخضر و الفواكه. تتعلق بشرعية المتاجرة بعدم وجود غش في المنتجات؛ كما يكون المنتوج تام النضج، خال من تلف أوعطب، وغيرها حيث يمكن أن يشار إليها في العقد.

عند تنفيذ العقد، بمناسبة تسليم المنتجات إلى وحدات المؤسسة، تتم عملية مراقبة نوعية المنتجات بحضور ممثلين لكلا الطرفين. وفي حالة نشوب نزاع حول شروط النوعية، فإن الحل يكون على أساس تفاهم ورضى الطرفين دون الجوء إلى العدالة.

أما بالنسبة للواردات، فبمجرد وصول السلع إلى الموانىء الجزائرية، تتكلف المؤسسة الوطنية للمراقبة التقنية "ENACT" بمراقبتها والتاكد عن مدى مطابقتها لشروط النوعية المتبعة في التجارة الدولية، وتلك المنصوص عليها في العقد. بعد ذلك يقوم المعهد الوطني للحماية النيابية "INPV" بتحليل عينات منها قصد التاكد من سلامتها من مختلف الأمراض التي يمكن أن تصيبها. وفي حالة التاكد من وجود نسبة كبيرة من التلف، يشعر المورد، حيث يوفد ممثلا عنه قصد المشاركة في عملية المراقبة في عين المكان، ومن ثم البحث عن إيجاد الحلو ل الملائمة لكلا الطرفين.

بالنسبة لتصدير منتجات الخضر و الفواكه لبعض الدول مثل كندا، الولايات المتحدة، السويد وسويسرا، فإنه نظرا للحماية الصارمة لصحة مستهلكيها المعمول بها فإنها تستعلم حول المواد التي أستخدمت في عملية التكييف، بل وحتى تلك المواد التي استعملت في عملية معالجة وقاية الصحة النباتية خلال نمو المحصول.

2.1 - التوضيب (التكييف) (Conditionnement) :

تتضمن عملية التوضيب معالجة المنتجات بطرق وأساليب علمية وفق طبيعة وخصائص تلك المنتجات، قصد تهيئتها، والمحافظة على سلامتها أثناء

مرحلة انتقالها إلى المشتري. وحيث أن الإنتاج الوطني من الخضر و الفواكه لايتميز بوفرة كبيرة حتى تستدعي منافسة شديدة بين المنتجين والسعي إلى استعمال معايير محددة للجودة من خلال استخدام المعايرة (تصنيف الجودة) وعملية التوضيب المطبقة في السوق الدولية، فإن هذه المعاييرتستخدم من طرف المؤسسة خاصة في حالة التصدير.

تتوفر المؤسسة على مجموعة من هياكل التوضيب (التكييف) منتشرة عبر التراب الوطني حسب الجدول التالي :

توزيع طاقة مراكز التكييف الموجودة حاليا على مستوى التراب الوطني و التي تعالج خاصة المنتجات الموجهة للتصدير

الولاية	الموقع	البلد المورد Pays Fournisseur	تاريخ الإستلام D.D'acquisition	طاقةتشغيلها النظرية	نوع المنتجات	ملاحظات
تيبازة	- بوسماعيل	اسبانيا (Roda -Iberica)	1974	-	طماطم	-
	-سيدي غيلس(شرشال)	CAPMA	1964	40 ط/ يوميا	بطاطس	تم تاميمه بعد رحيل المعمرين
	- فوكة	=	=	40ط/ يوميا	=	= = =
	- سطاوالي	=	=	40 ط/ يوميا	=	= = =
	- عين بنيان	=	=	30 ط / يوميا	=	= = =
الجزائر	- بدر خادم	CAPMA	1964	30 ط/ يوميا	بطاطس	تم باميمها بعد رحيل المعمرين
البليدة	كومبينة بوفاريك:					
	- بوفاريك	إسبانيا: (Roda -Iberica	1974	40 ط / يوميا	طماطم	مركز محول من اسطاوالي
	- بوفتاريك B1 سابقا	إسبانيا: = =	1973	60 ط / يوميا	حوامض	تابع للقطاع الخاص محول من الجزائر
	- بوفاريك B6 سابقا	إسبانيا: = =	1970	30 ط / يوميا	حوامض	تابع للقطاع الخاص من غيليزان
	- CAOCOMO =	CAPMA	1964	30 ط/ يوميا	بطاطس	تم تاميمه بعد رحيل المعمرين
	كومبينة الشفة :					
	- وادي العلايق سابقا	LEBLANC	1964	40 ط / يوميا	حوامض	تم تاميمه بعد رحيل المعمرين
	كومبينة الشبلي					
	- الشبلي	LEBLANC	1964	40 ط / يوميا	حوامض	تم تاميمه بعد رحيل المعمرين
الشلف	- T1 الشلف	اسبانيا: Roda -Iberica	1972	60 ط / يوميا	حوامض	تم تاميمه بعد رحيل المعمرين
	- T5 الشلف	= = =	=	40 ط/ يوميا	=	-
	- T4 وادي الفضة	= = =	=	60 ط / يوميا	=	-
	- T3 الخميس	CAPMA	1964	30 ط / يوميا	بطاطس	-
غيليزان	- غيليزان	اسبانيا: Roda -Iberica	1973	40 ط/ يوميا	حوامض	-
مستغانم	- مستغانم	CAPMA	1964	30 ط/ يوميا	بطاطس	تم تاميمه بعد رحيل المعمرين
معسكر	- W1 المحمدية	الولايات المتحدة الأمريكية FMC	1972	80 ط/ يوميا	حوامض	-
سكيكدة	- سكيكدة	إسبانيا: Roda -Iberica	1973	40 ط / يوميا	حوامض	-
عنابة	- عنابة	إسبانيا : Roda -Iberica	1973	40 ط/ يوميا	حوامض	-

المصدر : ENAFLA Direction du Soutien Logistique (جـدول رقم 33)

تحليل الجدول :

يبين الجدول أعلاه توزيع مراكزالتكييف الموجودة حاليا، حيث تتمركز حول مواقع الإنتاج بشمال البلاد، وتعالج بصورة أساسية منتجات الحوامض والبطاطس والطماطم، خاصة منها الموجهة للتصدير؛ كما تعالج أيضا تلك المنتجات الموجهة للسوق الوطنية في حالة عدم إمكانية التصدير. وتقدر طاقة المعالجة النظرية في عشرين مركز منها ب 870 طن / يوميا؛ ومتوسط معالجة كل واحد منها تكون 43,50 طن في اليوم .

غير أن هناك نسبة هامة من هذه التجهيزات يرجع تاريخ إنشائها إلى عهد الإستعمارحيث كانت تابعة للمعمرين الأوروبيين، و تم تاميمها من قبل الدولة. و حوالي 47,62 ٪ منها يتجاوز عمرها الثمانية عشر سنة؛ فهي قديمة وتعاني أكثر من غيرها من التوقفات المتكررة بسبب عطبها وندرة قطاع غيارها؛ الأمر الذي أدى إلى تقليص كبير في طاقة معالجتها الفعلية. أما المراكز الأخرى، فهي في غالبيتها من صنع إسباني من نوع"Roda - Iberica"؛ يعود تاريخ بنائها إلى بداية السبعينات، وهي أكثرمردودية من السابقة، وأكثرها أهمية. وتجري حاليا إجراءات تتعلق بجرد أنواع قطع الغيارالممكن تبديلها، قصد تجديد هذه المراكز.

3 . 1 - التعبئة (Emballage) :

عرفنا سابقا أن التعبئة هي عبارة عن تلك العبوة المناسبة التي تتضمن بداخلها منتوجا معينا قصد حمله من دائرة الإ نتاج إلى دائرة التداول. وبصورة عامة، فإن نوع العبوة المستخدمة في السوق الداخلية من الصناديق المخصصة للجني "Caisses de cueillettes" ؛ و هي منتجة محليا من قبل مؤسسات وطنية. ذكرنا سابقا بأن هذا النوع من العبوات يسبب كثيرا من العطب للمنتجات المحمولة فيها، بعد أن تتم عملية فرزها وانتقالها عبر قنوات التوزيع المختلفة لغاية المستهلك .

أما بالنسبة للمنتجات الموجهة للتصدير، فإنها تعبا في عبوات مستوردة من الخارج، حسب طبيعة المنتوج والمعايير المحددة في العقد، خاصة بالنسبة للتمور والحوامض. و حول تصدير منتوج البطاطس، فإن العبوة المستخدمة عبارة عن أكياس من صنع وطني من طرف "ENADITEX" ؛ سعة الكيس 15 كلغ. تحمل هذه الأكياس في حاويات "Palettes" ، تصنع بعدة مناطق من البلاد، منها مدينة موازية بمنطقة البليدة ، الشلف، والمحمدية بغرب البلاد؛ وهي تسع لحوالي 30 كيسا.

4.1 - التخزين المبرد :

أ- أهمية التخزين المبرد : ترجع أهمية عملية التخزين المبرد إلى كونها أداة ضرورية لإنتظام توفر المنتجات بالسوق عبرالزمان والمكان؛ وبالتالي فهي وسيلة تساعد على الإكتفاء الذاتي في حالة توفر المنتجات في فصلها العادي، ومن ثم العمل على إمتداد وفرتها طوال السنة.

وإذا كانت أغلب المنتجات الزراعية في السابق يتم امتصاصها باسواقنا الداخلية، وأن بعض المنتجات فقط كان معنيا بالتصدير مثل التمور، الحمضيات، وبعض البواكر "Les primeurs" فإن التوجه السياسي تغير حيث أصبح يدعو إلى الإنفتاح وتشجيع التصدير. كما أن إمتداد التراب الوطني، والظروف المناخية المتغيرة لبلادنا واستصلاح أراضي جديدة بالمناطق النائية، جعل من التبريد وسيلة ممتازة لتنمية الإقتصاد الوطني، وحماية الإنتاج الوطني بتقديم د خل مشجع للفلاح المنتج دون أن يكون على حساب المستهلك. ونشيرإلى أن التبريد لايكلف غاليا، خاصة إذا كانت المنشآت مستغلة بصورة مستمرة وعقلانية و مصانة.

إن المهمة العاجلة للتبريد توجه بالأساس إلى الحفاظ على انتظام توفربعض المنتجات بالسوق الداخلية على مدى أطول، مثل بطاطس الإستهلاك والبذور، البصل اليابس، التمور، والحمضيات، وأن باقي منتجات الخضر و الفواكه لايتطلب على العموم انتظام وفرتها سوى لمدة قصيرة، متوسطة مثل عنب المائدة المتاخر، الفواكه الصيفية البذرية (à Pepins) والنواتية (à Noyaux). و هناك جانب كبير من منتجات الخضر و الفواكه ينضج أثناء الفترة الصيفية، جوان وجويلية، وهي بالتالي تتطلب إستعمال التخزين المبرد.

ب - توزيع طاقة هياكل التخزين المبرد : منذ نشاة المؤسسة الوطنية وهي تحاول جاهدة لتحقيق المهام الأساسية المنوطة بها أي تامين انتظام توفر منتجات الخضروالفواكه بصورة عامة وتلك الإستراتيجية منهابصورة خاصة مع العمل على المحافظة على القدرة الشرائية للمواطنين . كما أن نشاط المؤسسة هذا يندرج في إطارتوجهات القيادة السياسيةالتي تحاول السعي لتقليص التبعية الإقتصادية من خلال تحقيق الإكتفاء الذاتي في المجال الغذائي. ولتجسيد هذا الإختيار، عمدت المؤسسة إلى إتباع طريقة التخزين المبرد للحد من واردات تلك المنتجات خاصة في فترات فراغ الإنتاج، وضمان في نفس الوقت تغطية جيدة لإحتياجات البلاد. و قد تلجا كذلك لتصديرالفائض من الإنتاج الوطني، خاصة خلال الفصلين المتاخر و المبكر.

وعليه، فلتحقيق التوازن بين العرض والطلب قصد استقرار السوق الوطنية للخضر و الفواكه، قامت المؤسسة بإنشاء هياكل تخزين تحت التبريد موزعة عبر التراب الوطني، وفق الجدولين التاليين رقم (34) و رقم (35)

توزيع الطاقة الحالية لغرف التبريد عبر مجموع التراب الوطني مقدرة بالمتر المكعب.

الولاية	الموقع	عدد الغرف	حجم التخزين م3	بداية التشغيل
سطيف	سطيف	04	4 500	جويلية 1975
معسكر	معسكر	01	2 300	أوت 1976
سعيدة	سعيدة	01	2 300	أوت 1976
سعيدة	سعيدة	04	2 300	جوان 1989
سعيدة	سعيدة	08	16 000	-
سيدي بلعباس	س.ب	07	13 300	1977
عنابة	عنابة	06	17 500	أفريل 1977
المحمدية	المحمدية	08	17 200	أوت 1980
المحمدية	المحمدية	04	4 800	ماي 1990
الشلف	الشلف	08	19 200	أوت 1980
الشلف EXT	الشلف	02	4 500	ماي 1990
ع.مليلة..	ع.مليلة	08	19 200	أفريل 1981
T معسكر	T معسكر	08	16 000	1981
Tمعسكر	T معسكر	04	8000	سبتمبر 1990
الشفة	الشفة	05	12 000	اكتوبر 1981
ع.بنيانF5	ع.بنيان	08	16 200	1982
ع.بنيان EXT.F5	ع.بنيان	06	12 000	سبتمبر 1990
غيليزان	غيليزان	04	719	1976
غيليزانEXT	غيليزانE	04	4000	جوان 1990
بشر خادم	بشرخادم	01	500	1980
بوفاريكB1	بوفاريكB1	06	9000	جوان 1990
الخميس	الخميس	06	5000	ديسمبر 1989
بسكرة	بسكرة	05	8 100	فيفري 1990
المجموع	-	118	236 419	

المصدر : ENAFLA Direction du Soutien Logistique

(جدول رقم 34)

مشاريع غرف التبريد المنجزة حديثا

الولاية	الموقع	التخزين		عدد الغرف التبريد	توقع بداية تشغيلها	ملاحظات
		الحجم م3	الكمية ط			
تبازة	ع. بنيان	4 500	1 500	04	أوت 1991	تم انجازها
البليدة	البليدة بوفاريك B1	5 500 6 900	1 830 2 300	04 05	فيفري 1991 سنة 1992	تم انجازها في طور الإنجاز
تيبازة	بوسماعيل	3 600	1 200	03	اكتوبر 1991	في ط الإنجاز
مستغانم	ع.تادلس	3 200	1 066	04	اكتوبر 1991	تم انجازها
تيارت	ق.الشلالة	3 630	1 210	04	اكتوبر 1991	تم انجازها
المجموع	-	27 330	9 106	24	-	.

المصدر: ENAFLA Direction du Soutien logistique

(جدول رقم 35)

يبين الجدول رقم (35) إمكانيات تطور طاقة المؤسسة في مجال التخزين المبرد الموزعة عبر ولايات القطر،حيث نجد أن أغلب مراكز التخزين المبرد تقع بمنطقة الغرب الجزائري، يليها الوسط ثم الشرق، وذلك وفق القدرة الإنتاجية لكل منطقة.

ونلاحظ أن حولي 75٪ من طاقة هياكل التخزين المبرد والتي يقدرحجمها ب 700 178 م3 ، يعود إنشاؤها إلى الفترة ماقبل سنة 1982. في حين أن الجدول رقم (35) يبين حجم مشاريع غرف التخزين المبرد التي كانت محل الإنجاز. لكن يبدو ا أنها أصبحت جاهزة الآن و تقدر طاقتها ب 27.330 م 3، وهي منتشرة فقط بغرب و وسط البلاد.

لقد اشتملت المؤسسة منذ إنشائها على هياكل هامة للتخزين المبرد تقدرطاقتها الإجمالية ب 236.419 م3 موزعة على مستوى التراب الوطني.

إن الغرض من التخزين المبرد للمنتجات الإستراتيجية، يساعد على الحد من الإرتفاع الفاحش للأسعار، غير أن الممارسة غيرالشرعية التي يطبقها وسطاء الجملة الخواص مثل الشراء في الحقل، القيام بجانب من بعض العمليات الزراعية في الحقل، وغيرها، والتي لاتستطيع المؤسسة القيام بها لكونها عمليات مخالفة للقانون، جعل المؤسسة لاتتمكن من الظفر بالقدرالكافي من العقود المبرمة مع المنتجين؛ وبالتالي عدم إمكانية حصولها على حجم كاف من المنتجات. الأمرالذي أدى بتلك الهياكل أن تشتغل باقل من طاقتها في أغلب الأحيان؛ علاوة عن الضعف في التسيير والناتج عن إدارة بيروقراطية للمؤسسة خاصة في مجال إتخاذ القرارات التي لاتتسم بحرية المبادرة في بعض الأحيان.

2 - تحليل العمليات التجارية :

ويتعلق الأمربتشكيل الأسعار. فللمؤسسة شبكة إعلامية هامة تسمح لها بمتابعة التطور اليومي لأسعار منتجات الخضر و الفواكه على مستوى كامل أسواق الجملة الداخلية؛ وذلك من خلال نشاط وحداتها المنتشرة عبركامل التراب الوطني. وتتم عملية المتابعة بواسطة أعوان تابعين لوحدات المؤسسة باسواق الجملة الحرة التي تقع بمحيط ترابها، ومعالجتها بالوحدة؛ ومن ثم إرسالها إلى مقر المؤسسة الأم قصد معرفة حالة تطورتلك الأسعاروالإستفادة منها في عملية التدخل لشراء أوبيع المنتجات من خلال باقي الوحدات لإتمام عملية توازن السوق الداخلية وضبطها. كما أن معرفة التطوراليومي لأسعار الجملة يعتبر كمؤشر أساسي تعتمد عليه المؤسسة في إبرام العقود مع المنتجين، خاصة عند معرفة مجال المفاوضة والذي يقع بين الأسعار العليا والدنيا؛ بالإضافة إلى بعض الشروط التي يمكن أن يتضمنها العقد عند ابرامه، منها :

- أنواع وأصناف المنتجات وكمياتها.
- نوعية الجودة.
- جدول زمني لجني المنتجات.
- النقل فيما إذا كان يتم من طرف المشتري أوالبائع.

وغيرها من الشروط التي يمكن إدراجها ضمن العقد بعد الإتفاق عليها من قبل الطرفين.

ثانيا: تحليل من جانب الإستيراد

في إطارقيام المؤسسة بمهامها المتعلقة بضبط وانتظام وتوفر منتجات الخضروالفواكه بالسوق الوطنية، فإنها تقوم بعملية الإستيراد في حالة توقع ظهورنقص في المنتجات ذات الإستهلاك الواسع خلال فترات فراغ الإنتاج (Pér-iodes de Soudure). وتكون عملية الإستيراد مسطرة في إطار برنامج معد مسبقا، تحدد فيه طبيعة المنتجات والكميات المراد إستيرادها؛ وذلك وفق سياسة التجارة الخارجية للبلاد.

وعلى هذا الأساس فإ ن عملية إستيراد المؤسسة تتبع ثلاث مراحل تتعلق في مجملها أولا بتحضير العقد، ثم إبرام العقد، وأخيرا تنفيذه.

* تحضير العقد : يتم تحضير إبرام العقد من طرف المؤسسة قصد استيراد منتجات الخضر و الفواكه من أجل ضبط انتظام السوق الداخلية، وذلك بالبحث عن موردين أجانب من خلال :

- نشر مناقصة دولية عن طريق وسائل الإعلام الدولية أوالوطنية.
- الإتصال المباشربالموردين الاجانب التقليديين أو غيرالتقليديين.
- الإتصال بالسفارات الأجنبية المعتمدة بالجزائر.

باستقبال عروض الموردين ، تجرى عليها دراسة أولية قصد تحديد العروض التي تؤخذ بعين الإعتبار؛ ومن ثم دعوتها للتفاوض عن شروط العقد .

* إبرام العقد : بحضور أولئك الموردين الأجانب إلى مقرالمؤسسة، تجرى المفاوضات بينهم وبين المؤسسة على أساس مجموعة من الشروط التي يجري التفاوض عنها :

- توفر خط ائتمان لدى بنك المورد، من شانه السماح بتاجيل دفع قيمة الواردات ، قدرالمستطاع ، لمدة سنة أو ستة أشهر من قبل بنك المؤسسة؛ على أن يتولى بنك المورد دفع تلك القيمة لمتعامله فور وصول كل شحنة.
- أصناف المنتجات وأصلها وكميتها.
- نوعية المنتجات، وبنوعية التعبئة.
- شروط النقل، عن طريق البحرأوالجو.
- تحديدالأسعارعلى أساس تكاليف النقل من دون تامين، الذي يكون على حساب المؤسسة بالدينارعن طريق الشركة الجزائرية لتامين النقل (CAAT)لغاية الموانىء الجزائرية.

- أن يكون الدفع لأجل عن طريق سندات الإئتمان (Lettre de Credit).
- تحديد ضمان مصرفي يودعه المورد في مصرفه بنسبة 10 ٪ أوعلى أساس مبلغ معين يتفق عليه الطرفان، حتى يضمن عملية التنفيذ الجيد لبنود العقد.
- تحديد جدول زمني بإرسال واستقبال الحمولات المستوردة.

وعلى أساس هذه الشروط وغيرها يتم إبرام العقد . •

3 - تنفيذ االعقد :

تتم عملية تنفيذ العقد بعد إبرامه وتعيين شروط تنفيذه، حيث يتعلق الأمر بتحديد جدول زمني لإرسال الحمولات، التي بمجرد وصولها وتلقي الوثائق المتعلقة بها، تراقب نوعيتها من قبل المؤسسة الوطنية للمراقبة التقنية (ENACT) ثم تفحص من قبل المعهد الوطني للحماية النباتية (INPV) للتأكد من سلامتها من الأمراض، وأخيرا مراقبة الكمية. فإذا كانت نتائج هذه الفحوص تتجاوب وشروط العقد، يسمح بإفراغ الحمولة. ومن ثم إصدار أمر الدفع إلى بنك خط الإئتمان من قبل المؤسسة عن طريق بنك اعتمادها، وتتكرر العملية بالنسبة لكل حمولة تتسلمها المؤسسة. وفي حالة وجود نسبة عالية من التلف أوالعطب أوالنقص في الكمية، تقوم المؤسسة بإشعار المورد، حيث يمكن أن يوفد ممثلا عنه، قصد المشاركة في عملية المراقبة في عين المكان، ومن ثم البحث عن إيجاد الحلول الملائمة لكلا الطرفين.

تطور الواردات من منتجات الخضر والفواكه قصد ضبط وانتظام السوق الداخلية [3]

الوحدات Q = الكمية بالطن ق:V = القيمة 10دج .

1983		1982		1981		1980		السنوات / المنتجات
ق V	ك Q	ق V	ك Q	ق V	ك Q	ق V	ك Q	
143.807	180.422	171.193	263.722	79.114	104.982	14.450	25.439	بطاطس P de T
15.822	5643	309	68	289	36	-	-	ثوم AULX
-	-	57.179	32.001	31.257	18.662	-	-	موز BANANE
15.498	3.499	-	-	-	-	10.486	1.500	زبيب RAISINS S
74.310	5.000	-	-	-	-	55.861	2.767	لوز AMANDES
-	-	-	-	-	-	1.660	233	جوز NOIX
23.598	4.460	-	-	-	-	7.120	985	برقوق مج PRUNEAUX
273.035	199.024	228.681	295.791	110.660	123.680	89.577	30.924	المجموع TOTAL

تابع للجدول السابق

السنوات	1984		1985		1986		1987	
المنتجات	ك Q	ق V	ك Q	ق V	ك Q	ق V	ك Q	ق V
بطاطس P de T	206.648	137.238	61.271	33.718	-	-	-	-
ثوم AULX	2.472	9.072	1.070	3.859	-	-	-	-
زبيب RAISINS S	3.000	10.908	2.250	8.727	-	-	-	-
لوز AMANDES	3.623	73.854	5.000	69.374	-	-	-	-
جوز NOIX	1.000	5.471	-	-	-	-	-	-
برقوق .مج PRUNEAUX	3.150	17.581	3.600	22.948	-	-	-	-
لجموع TOTAL	220.893	262.724	73.191	138.626	-	-	-	-

السنوات	1988		1989		1990		1991	
المنتجات	ك Q	ق V	ك Q	ق V	ك Q	ق V	ك Q	ق V
بطاطس P de T	-	-	30.000	48.045	55.508	-	26.990	-
بصل يابس OIGNONS.S	-	-	120	280	-	-	-	-
طماطم(مغرب) TOMATES .M	-	-	2158	1573	55.508	-	-	-
زبيب RAISINS S	-	-	-	-	-	-	1470	-
برتقال (مغ) ORANGES	-	-	-	-	1.088	59.720	-	-
لجموع TOTAL	-	-	32.278	58.898	65.596	-	-	-

المصدر : ENAFLA DIRECTION DE LA DISTRIBUTION ET REGULATION DU MARCHE

(جدول رقم 36)

تحليل الجدول :

في تحليلنا للجدول رقم 36 ، سنركز على أربع منتجات استراتيجية ذات إستهلاك واسع ، إذ تحتل الصدارة في مجال الإستيراد؛ وهي على الترتيب : البطاطس، البصل اليابس، الثوم، الطماطم.

إن أهم كمية مستوردة على الإطلاق كانت من منتوج البطاطس، و ذلك خلال الفترة ما بين 1980 و 1991، لكون هذا المنتوج يشكل نسبة كبيرة من إستهلاك المواطنين. وإذا كانت الكميات المستوردة منه عام 1980 تقدر ب 25.439 طنا، فإن نسبة الزياد ة في استيراده في السنة الموالية كانت معتبرة، حيث تجاوزت 400٪ ، واستمرت هذه الزيادة بين ارتفاع وانخفاض حتى سنة 1986، ليتوقف هذا الإستيراد تماما ابتداء من 1985 بسبب ارتفاع الإنتاج خلال الفصول المبكرة الموالية.

في حين أن منتوج البصل اليابس لم يحظ بأولوية الإستيراد مثل البطاطس ، بالرغم من أن سعره قد إرتفع في سوق التجزئة إلى مايزيد عن 30دج في شتاء 1985 ، بسبب ندرته التي تعود إلى كون المنتجين يضبطون مخططات إنتاجهم على أساس الموسم الفارط. فإذا كانت تلك الأسعارمنخفضة، فإنهم يعمدون إلى تقليل مساحة زراعة ذلك المنتوج في الموسم القادم، و العكس صحيح.

أما منتوج الثوم، فبالرغم من أهميته في نمط إستهلاكنا إلا أنّ استيراده بقي محدودا حيث اقتصر على الفترة مابين 1981 و1985. ونظرا لزيادة انتشار زراعته، فقد توقف استيراده تماما ابتداء من 1986.

بالنسبة لمنتوج الطماطم في صورته الطازجة، لم يكن في أي وقت من الأوقات محل استيراد ؛ و قد أمكن استعاضته بالمنتوج المصبر. وما الكميات التي تم استيرادها خلال سنتي 1989-1990 ماهي إلا كميات محدودة ناتجة عن مقايضتها مع المغرب بمنتوج التمور وفق قرار سياسي؛ وهو نفس الشيء بالنسبة لاستيراد منتوج البرتقال خلال تلك الفترة.

ثالثا: تحليل من جانب التصدير

تقوم المؤسسة بمهمة تموين وانتظام السو ق بالخضر و الفواكه؛ إلى جانب ذلك، فإنها تعمل على تصدير الفائض من جهة، واستيراد المنتجات

الإستراتيجية لمواجهة النقص فيها من جهة أخرى، خاصة خلال فترات شغورالإنتاج (عدم وجوده).

وفي هذا البند سنعالج امكانيات وشروط التصديرالمتاحة لمنتجاتنا في الأسواق الأجنبية، ثم أهداف ومهام نشاط التصدير المتضمنة للأسواق الأجنبية المستهدفة في إطارتعاقدي . فما هي أنواع هذه العقود ؟ وما هي إيجابياتها وعيوبها ؟.

1- امكانيات وشروط التصدير:

إن طبيعة المناخ المتغيرمن المناطق الساحلية في أقصى الشمال إلى المناطق الجنوبية في أقصى الجنوب من البلاد، من شأنها أن توفرإمكانيات هامة لإنتاج الخضروالفواكه على مختلف فصول السنة. كما أن تطبيق الزراعة المغطاة والتحكم فيها يساعد على زيادة في مردود الإنتاج، والتقليص في تكاليفه. فهذه عوامل أساسية تعطي امتيازات هامة لمنتجاتنا لدخول الأسواق العالمية، وزيادة تصديرها. والسؤال المطروح، هل أننا ننتج من أجل تلبية حاجاتنا؟ أم أننا ننتج من أجل التصدير؟. إن الإجابة في الحين تكمن في الاخذ بكلتا الفرضيتين؛ إذ أن الزراعة المغطاة تعتبر زراعة مبكرة، ولايكون عليها إقبال كثيرفي السوق الوطنية من قبل ذوي الدخل المتوسط سواء بسبب عادة االإستهلاك -تفضيل استهلاك المنتجات في فصلها- أو بسبب ارتفاع أسعارها، كمنتجات الخيار، الفلفل الحلو والحارالتي تقطف في فبراير؛ حيث لايقبل على شرائها سوى فئة قليلة من المستهلكين، وبالتالي فلا تؤثر على السوق الوطنية. الأمر الذي يسمح بتوجيهها نحو التصدير؛ وهي فترة مناسبة للدخول في الأسواق الأجنبية، على شرط طبعا، أن يتقيد منتوجنا باحترام نوع وأصناف المنتجات والذوق الذي يقبل عليه المستهلك الأجنبي. وللوصول لذلك لابد من اختيارالبذور ذات النضج المبكر والنوعية العالية والمردودية المرتفعة.

إ ن المنتجات المطلوبة بالسوق الدولية كالثوم مثلا، فبإمكاننا أن نحصل على بذور من الثوم الأخضر والتي تتميز بمردودية عالية ونضج سريع؛ وقد يمكن إنتاجه بمنطقة أدرار، ومن ثم إمداد بها فلاحي المناطق الأخرى باسعار معقولة. ونفس الشيء بالنسبة لباقي المنتجات، خاصة وأن منطقة أدرارتعاني كثيرا من النقص في امكانيات النقل من أجل رفع منتجاتها بغرض تصريفها بالمناطق الأخرى.

وعليه يكفي التاقلم مع متطلبات السوق الخارجية، وإنتاج الاصناف المطلوبة للتصدير حيث أن ذلك لايمنع المنتجين من استغلال المنتجات الأخرى الموجه للسوق الداخلية؛ كما يمكن تخصيص أفضل القطع للزراعة المغطاة و الموجهة للأسواق الاجنبية، قصد تصديرها بشروط أفضل.

في هذا المجال، لابد من تحديد القراربشان التصدير لتوفيرالشروط الضرورية لذلك عن طريق إمكانية وضع صندوق للتعويضات، لتشجيع الصادرات؛ وهو قرار يدخل ضمن صلاحيات السلطة المؤهلة. ونشير أن البلدان المتقدمة تسعى باستمرار لتدعيم صادرات منتجاتها؛ وعملا بهذا المبدأ و بتظافر جهود مختلف الولايات الساحلية والجنوبية باستغلال كل الإمتيازات الطبيعية الجهوية للوطن، بالإنتاج خلال الفصل العادي، والفصلين المتاخر والمبكر، يمكن إتمام غلق الدورة الفصلية للموسم الزراعي؛ وفي نفس الوقت ضمان المخزونات الإحتياطية للإستهلاك المحلي، بالإضافة إلى اختيارأصناف البذورالملائمة، وضمان الجودة الرفيعة، وتلبية ذوق المستهلك الاجنبي. فبذلك فقط يمكن ضمان صادرات جد تفضيلية لمنتجاتنا في الأسواق الأجنبية.

2 - أهداف ومهام التصدير :

تتضمن مهمة تصدير المؤسسة بيع المنتجات المبكرة بالاسواق الأوربية؛ وبالأساس أسواق أوربا الغربية، وبدرجة أقل الدول الإشتراكية (سابقا) بالنسبة لمنتجات الحوامض. وعليه، فالسوق الاكثر أهمية حاليا هي تلك المتعلقة ببورصة المنتجات المبكرة الموجودة بالساحة الفرنسية. فهدف المؤسسة هو التسرب لاسواق جديدة كانت في السابق تمون بالمنتجات الجزائرية إلى غاية موسم 1975/1974. إذن، فالامر يتعلق أكثر بمحاولة استرجاع مكانة كانت تحتلها الجزائر، واشتهرت بها. فالمنتجات الموجهة للتصديرتتحدد قبل كل شيءعلى مستوى الإنتاج، حيث تقوم المؤسسة بإعداد مخطط للإنتاج، وتقدمه لوزارة الفلاحة، لتعمل هذه الاخيرة على توزيعه على مستوى مديريات الفلاحة؛ وهذه الأخيرة تعمل على طرحه على المزارع الفلاحية الإشتراكية للمناقشة قصد برمجة المساحات المخصصة لذلك ، وإعادة إرساله بنفس الطريقة.

وعلي هذا الأساس، تعد المؤسسة برنامجا عاما للتصدير (P.G.E) تعرضه على السلطة الوصية خلال الثلاثي الأخير من السنة، من أجل الحصول على الرخصة الإجمالية للتصدير (A.G.E) للسنة المقبلة،؛ وحسب تلك المعطيات، يعد جدول تقديري لتحديد توفر كل منتوج على حدة خلال كل فترة. وهو مايطلق

عليه برزنامة الصادرات. ويعتبر بمثابة دليل موجه ، يسمح للمؤسسة بالقيام بالمفاوضات، قصد إبرام العقود والمعاهدات مع المشترين الاجانب ، وذلك وفق نوعين من العقود، هما عقود البيع بالسعر الافضل، وعقودالبيع النهائي.

2 . 1 -البيع بافضل سعر : (Vente au Mieux)

يطلق عليه أيضا البيع بالعمولة (Vente à la Commission). إن طريقة البيع بافضل سعر يرجع تطبيقها إلى عهد ماقبل الإستقلال، حيث كان يمارسه المعمرون وبعض الجزائريين من ملاك الاراضي والوكلاء بالعمولة، بمناسبة عملية التصدير. وبعد الإستقلال، تم الإحتفاظ به من أجل تصدير الحوامض آنذاك. وقد يعتبر أكثر الأساليب التقليدية المطبقة وفق أسعار(C.A.F) المتضمنة للنفقات، والتامين والنقل لغاية المشتري في الخارج.

ونشيرإلى أن عملية البيع بالسعرالافضل هونظام يطبق عادة في بورصة المنتجات المبكرة الأوربية، وأن منتجاتنا يتم تصريفها بالأسواق الفرنسية تحت هذا النظام. وعلى إثرمشاورات واسعة ومفاوضات مع السماسرة والشركات الخاصة ووكلاء العبور المعتمدين من قبل المؤسسة، تقوم هذه الأخيرة بإبرام معاهدة سنوية مع هؤلاء المتعاملين قصد تصريف المنتجات الجزائرية ببورصة المنتجات المبكرة؛ وذلك على أساس عمولة يتفق عليها أثناء المفاوضات ، وأن كل النفقات والرسوم الناتجة عن عملية البيع هذه تطرح من المبلغ الإجمالي للمنتجات المحصلة، وكذلك الخسائرالناتجة عن النقص في الوزن بسبب النقل، التلف، والكميات المبعدة شرعيا وغيرها، والتي يدون حولها محضر خبرة، علاوة عن مقابل اتعاب الخبير. وعليه فإن كل النفقات المرتبطة بعملية البيع بالسعر الافضل يحمّل بها الناتج الإجمالي للمبيعات، حيث تدفع بالعملة الصعبة؛ وأن الناتج الصافي لتلك المبيعات يحول لصالح المؤسسة. نشير أيضا إلى أن عملية البيع بالسعرالافضل تعتبر الإجراء الوحيد لتسويق كميات غير محدودة وفق برنامج زمني مناسب، وتطبيقها يتطلب إتباع عدة مراحل عملية لإنجازه؛ وكل مرحلة تستدعي مجموعة من الإجراءات التي نوجزها فيما يلي :

أ- مرحلة إعداد العقد :

وتتمثل في اعتماد الوسطاء ووكلاء العبورالمتعامل معهم في الأسواق الأجنبية عن طريق البحث في من يوفرون شروط أفضل لتصدير منتجاتنا، التي من بينها :

- التمتع بسمعة جيدة على المستوى المعنوي والمالي والإداري.

- الدراية بمعرفة البلد حيث يمارس نشاطه، والزبائن.
- الدراية بالممارسات التجارية.
- الدفاع عن مصالح المؤسسة.
- الرزانة والحذر.
- عدم الإرتباط مباشرة بمؤسسة منافسة.
- عدم ممارسة التعامل المتعدد "Multicartes" .

ثم التفاوض معهم. وبعد الإتفاق تبرم معاهدة اتفاقيات تصدير سنوية و توقيعها. و تتضمن المعاهدة :

- جمع المنتجات وأصنافها على اختلافها وفقا لكل فصل من فصول الموسم.
- وضع الضمانات المصرفية من قبل الوسطاء عن طريق بنك أولي لدى بنك محل الدفع (Domiciliatrice) للمؤسسة.
- تحديد إنطلاق الموسم لبداية التصدير بنهاية أكتوبر ونهايته ببداية نوفمبر.

ب - مرحلة تنفيذ العقد :

تبدأ بإرسال المنتجات حسب شروط الإتفاقية، حيث توزع بمجرد وصول حمولة الطائرة أو السفينة على الوسطاء من طرف وكلاء العبور بامر من المؤسسة عن طريق التليكس. تباع المنتجات وفق الإجراءات التقليدية لبورصة المنتجات المبكرة بمرسيلية و باريس. بعد إتمام عملية البيع، يقوم الوسطاء بإعلام المؤسسة عن كل حمولة يتلقونها بالتفصيل فيما يخص البيع حسب كل صنف، وكل مركز تكييف مصدر و الكميات حسب عدد الصناديق والسعرالمحصل؛ بالإضافة إلى بعض المعلومات الضرورية حول النوعية، وأحيانا بعض التوجيهات المفيدة.

ج - مرحلة تسوية العقد (الدفع) :

. بعد إتمام عملية البيع بالأسواق الأجنبية لفترة تتراوح مابين 20 و30 يوما، يقوم الوسطاء بإرسال جميع الوثائق التجارية التي تثبت استقلال المنتجات، وكل عمليات البيع؛ و هي كالتالي :

. حساب البيع الذي يتضمن علاوة عن المعلومات المرسلة بالتليكس، الوزن الخام و الصافي للكميات المستلمة، والمباعة، وسعر البيع ، مبلغ العمولة، ومختلف النفقات المتعلقة بالتفريغ، الرسوم الجمركية والمينائية، وأعباء تدخل

وكيل العبور و غيرها.

* محضر وكيل العبور يبين جميع مراتب النفقات المذكورة سابقا.

* قوائم الوزن المسلمة إلى مختلف الزبائن من قبل الوسطاء، والتي تشير إلى إسم الزبون، عدد الصناديق، الأوزان المسلمة، وكل وثيقة أخرى تبرر الكميات المقدمة أثناء عمليات البيع.

* الامر بالتحويل المنظور فيه قانونيا من قبل بنك المتعامل الوسيط، الذي يبين تسوية المبلغ الصافي للمبيعات لصالح المؤسسة.

وفي الأخير يتم تنفيذ الأمر بالتحويل عن طريق بنك محل الدخل (Domiciliataire) التي تعلم المؤسسة بمبلغ الأموال المستلمة لصالح المؤسسة.

غير أن طريقة عقد البيع بافضل سعر تتميز بمجموعة من العوامل الإيجابية منها والسلبية.

* من العوامل الإيجابية لعقد البيع بافضل سعر :

تكون هذه الطريقة مفيدة بالنسبة للمؤسسة التي بدأت خطواتها الأولى في مجال التصديرحيث لاتملك إمكانيات من أجل إستقصاء (Prospecter) ودراسة السوق الأجنبية؛ وهوماكان يناسب مؤسساتنا التي ظهرت عند إعادة هيكلة للديوان بعد 1983 إذ فقدت علامتها التجارية في الأسواق العالمية بعد ما كانت معروفة بإسم الديوان الجزائري للخضروالفواكه. وقد تزداد الفائدة المرجوة منها من خلال زيادة الإنفاق على الإشهار. تضمن هذه الطريقة بالدخول السريع للأسواق الأجنبية باستغلال إمكانيات وتجارب الوسطاء من خلال إتصالاتهم بالتجار المحليين. تسمح كذلك بامكانية تصدير حتى كميات قليلة، حيث لا توفرها أساليب العقود الأخرى، وهو مايتيح للمنتوج الجزائري بدخول البورصات الأجنبية للمنتجات المبكرة. بالإضافة إلى هذه العوامل الإيجابية، هناك بعض العوامل السلبية أيضا.

* من العوامل السلبية لعقد البيع بأفضل سعر:

. أن الأخطارالناجمة عن عطب المنتجات تبقى على عاتق المؤسسة لغاية وصول هذه المنتجات إلى المشتري.

. عدم إمكانية مراقبة عملية البيع ، معرفة رأي المستهلك حول المنتجات، معرفة أسعارالتجزئة.

. إمكانية العمل على إبقاء منتجات المؤسسة دون بيع (Resserres) من طرف الوسطاء بسبب الغش، بالحط من جودتها، خاصة إذا كان الوسيط متعدد التعامل

"Multicartes"وتجاوزت إمكانياته، فإنه يعمد إلى تفضيل تصريف منتجات المؤسسة المنافسة التي تعرض عليه مكافأة أفضل.

. إمكانية تغطية المنتجات المعطوبة للآخرين بمنتجات المؤسسة.

. إمكانية تبديل عبوة المؤسسة وتشويه الصورة التجارية للمؤسسة.

. تتحدد الأسعار ضمن شروط البورصة .

. عدم إمكانية المؤسسة من الإتصال المباشربالمتعاملين في السوق الأجنبية باعتبار أن الوسيط هو المتحدث الوحيد باسمها.

. خطرإفشاء الأسرار التجارية للمؤسسة.

2.2 - طريقة عقد البيع النهائي (La Vente Ferme) :

تستخدم طريقة البيع النهائي عادة في مجال التصدير بالنسبة لنوعين من منتجات الفواكه ألا وهما الحوامض والتمور؛ وذلك وفق أسعارالبيع على ظهر السفينة (F.O.B). فالتجربة التي إكتسبتها المؤسسة في مجال التصدير سمحت لها بأن تعرف حدود إمكانيات تصدير أنواع المنتجات في إطارنظام «البيع النهائي». غير أن مشكل ترتيب الجودة "Agréage"على مستوى موانىء الشحن صارعائقا، لكون الزبائن وفق أسعار"FOB" لا يمكنهم إجراء هذه العملية المكلفة والضرورية في نفس الوقت، بالنسبة لكل شحنة تصدير. فبعض الزبائن، غالبا ما يجدون أنفسهم مجبرون بوضع ثقتهم في المؤسسة؛ والأمر ليس سهلا، حيث أن المؤسسة لاتتحكم في عملية إنتاج المحاصيل المسلمة لها، والتي غالبا ما لا توافق شروط العقد. ذلك ما لايسمح للمؤسسة بأن تستجيب لكامل متطلبات الأطراف المتعاملة معها؛ وبالتالي يكون من الصعوبة بمكان إحترام الشروط المنصوص عليها في عقود التصدير سواء فيما يخص كمية أو نوعية المنتجات.

. إن عملية إنجازعقد البيع النهائي بأسعار"FOB" تتطلب اتباع المراحل التالية :

أ- مرحلة الإعداد الأولي للعقد :

في إطار إعداد البرنامج التقديري السنوي ضمن المخطط الوطني للصادرات بالنسبة للمنتجات التي يكون تصديرها وفق طريق البيع النهائي بأسعار"FOB"، تجرى إتصالات أولية في نفس الوقت بصورة مباشرة أو غيرمباشرة قصد تعريف المؤسسة بمنتجاتها وذلك من خلال الإتصال المباشر بالزبائن التقليديين ، الإتصال بالسفارات الأجنبية بالجزائر، القيام بمراسلات

القيام بزيارة المعارض الأجنبية في الخارج، دعوة الزبائن لزيارة المؤسسة، القيام بالعرض والإتصالات في معرض الجزائر.

ب - مرحلة التفاوض و إبرام العقد :

على إثر إعداد برنامج التصدير السنوي من قبل المؤسسة واعتماده من طرف السلطة الوصية في شكل رخصة إجمالية للتصدير (A.G.E) و برنامج زمني للتصدير (C. E) ، وبعد دعوة الزبائن الذين تم الإتفاق من أجل التعامل معهم خلال المرحلة الأولية، يشرع في المفاوضات لإبرام العقد؛ وعادة ما تكون هذه المفاوضات بمقرالمؤسسة، و أحيانا تتم في الخارج على مستوى الزبائن.
وتتمحو رهذه المفاوضات بالأساس حول النقا ط التالية :

. أنواع المنتجات، وأصنافها، والكميات المحتمل تصديرها.

.ترتيب درجات الجودة (Agréage) عادة مايتم على مستوى الشحن.

.كيفيات التعبئة وأنواع العبوات (الصناديق)

.الأسعار، و عادة ما تكون وفق (F.O.B) ،وقد تكون وفق (C.A.F) متضمنة لتكاليف النقل والتامين.

.آجال التسليم ، وفق جدول زمني لإرسال الشحنات، مع تحديد اجال سريان العقد.

.تحديد إجراءات الدفع.

.شروط الشحن والنقل، بحري أو جوي.

.الوثائق المرسلة لإتمام عملية الدفع.

..شروط إمكانية تعديل العقد فيما يخص الكميات، الأصناف، تاريخ التسليم ...إلخ.

.حالة القوة القاهرة كالكوارث الطبيعة وغيرها، الخارجة عن إرادة الطرفين.

.تبعية أهلية السلطة التشريعية التي يمكن الرجوع إليها في حالة نشوب نزاع ما.

وعلى أساس هذه المعطيات يتم إبرام العقد بصورة نهائية.و في حالة ما إذا كان الزبون يرغب في شراء كميات كبيرة، وباقتراب فترة جني المحاصيل، فإن المفاوضات لإبرام العقد تتم بعد قيام الزبائن بزيارة البساتين أو مراكز التكييف.

ج - مرحلة تنفيذ العقد وتسويته :

بحلول فترة تنفيذ العقد تشرع المؤسسة في إرسال الحمولات إلى الزبائن وفق الشروط المتفق عليها في العقد. وعلى المؤسسة أن ترسل مع كل حمولة جميع البيانات المتعلقة بها و الوثائق المرتبطة بتسويتها. عن طريق البنك ، ترسل هذه البيانات في شكل طي المحفظة المرافقة للسلعة (Pli Cartable qui accompagne la Marchandise)، لتتم بعد ذلك إجراءات تسوية دفع قيمة السلع عن طريق رسائل إعتماد غيرقابلة للرجوع (Lettres accréditives)، أوبواسطة كمبيالة مقبولة ومظهرة لصالح المؤسسة (une traite acceptée et avali- sée) قابلة للتحصيل في أجل معين لدى البنك المعتمد من طرف المؤسسة. غير أنه توجد مزايا وعيوب فيما يخص أسلوب إبرام عقد البيع النهائي .

* من مزايا عقد البيع النهائي أن :

.الكميات المصدرة لأصحابها تدفع مبالغ أثمانها بكاملها، وبنفس الأسعار المتعاقد عليها.

.تجنب كل المخاطر التي يمكن أن تحدث للسلعة وهي في طريقها إلى المشتري في حالة الإتفاق بالدفع وفق أسعار (F.O.B) .

.نتيجة انتقال ملكية السلع إلى زبائن المؤسسة، لذلك فهم يعمدون إلى الدفاع عنها.

.يمكن دخول أسواق جديدة بسهولة، بفضل تجربة أولئك الزبائن الذين هم في نفس الوقت مصدرون لدول أخرى مثل شركات الاستيراد والتصدير.

.تجنب تذبذبات أسعار البورصة.

.تجنب العديد من النفقات بالخارج بالعملة الصعبة كالتخزين، عمولة الوسطاء، وغيرها.

* من عيوب عقد البيع النهائي :

.من الصعب بالنسبة للمنتجات القابلة للتلف إيجاد مشتريقبل باسعار (F.O.B) في حين أن أسعار (C.A.F) يمكن قبولها، بشرط أن يعاد ترتيب الجودة (Agréage) عندالوصول؛ وهوما يسمح للمشتري بدفع ثمن فقط الكميات التي تستجيب للشروط المتعاقد عليها.

.صعوبة إيجاد المشتري الذي يقبل بنسبة تسامح 4٪ لصالح البائع، 2٪ منها للتلف و 2٪ منها للنقص في الوزن.

.لقد وقع الخروج عن نسبة التسامح 4٪ في مجال تصدير الحوامض لبعض البلدان الإشتراكية سابقا (ألمانيا الشرقية ، بولونيا، المجر) بان تم دفع 90 ٪ من قيمة السلعة الإجمالية المحددة مسبقا، وذلك عن طريق ائتمان وثائقي قابل للدفع دون تراجع (CREDOC Irrévocable)، 10 ٪ تم تسويتها بعد إعادة ترتيب الجودة عند الوصول من قبل شركة مختصة في ترتيب الجودة. ومعروف أن الحوامض لا تعتبر سهلة التلف كمنتوج الطماطم مثلا، في حين أن التمور ترتب حسب الجودة مرة واحدة عند ميناء شحنها، أو عن طريق أخذ عينات يتم تحليلها من قبل المشتري.

.ضرورة االإستقصاء في الأسواق الأجنبية.

.إستثمار مكلف في الحملات الإعلامية بالخارج، والمشاركة في المعارض الدولية.

.السرعة في تنفيذ العقود و احترام الآجال المتفق عليها.

و فيما يلي جدول تطور حجم الصادرات الجزائرية من الخضر و الفواكه من 1969-1986

تطور حجم الصادرات الجزائرية من الخضر والفواكه من1969 الى 1986

الكمية : طن، القيمة : مليون دج

الوسم	الحوامض Agrumes		الخضر Légumes		التمور Dattes		فواكه صيفية Fruits d'étés		تين جاف Figues Seches		بطاطس P de T		بصل Oignons Sauvages		المجموع TOTAUX	
	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة	الكمية	القيمة
1970/69	134.755	105,585	29,862	25,310	3.600	-	568	1,066	-	-	-	-	-	-	-	-
1971/70	136.551	116.704	25.626	22.756	1.110	-	523	1,114	-	-	-	-	-	-	-	-
1972/71	146.516	109,387	26.614	19,907	6.825	-	351	0,432	-	-	-	-	-	-	-	-
1973/72	121.808	87,852	2.115	2,006	6.010	15,408	185	0,350	-	-	-	-	-	-	130.127	109,172
1974/73	110.255	83,443	0.218	0,301	7.270	21,502	10	0,031	130	0,306	-	-	-	-	117.891	109,442
1975/74	81.017	63,486	5.770	6,750	8.410	32,938	-	-	-	-	-	-	-	-	95.229	109,516
1976/75	70.192	46,323	1.002	1,460	7.947	28,162	-	-	-	-	-	-	-	-	79.154	77,950
1977/76	80.157	56,204	24.362	28,135	13.754	40,739	-	-	-	-	-	-	-	-	118.278	127,102
1978/77	45.143	40,731	11.551	11,603	12.290	36,605	-	-	-	-	-	-	-	-	68.987	92,030
1979/78	37.014	34,284	2.046	3,063	12.346	38,260	-	-	-	-	-	-	-	-	51.408	77,006
1980/79	20.032	19,773	-	-	1.342	8,228	-	-	-	-	-	-	-	-	21.364	28,001
1981/80	20.032	19,773	-	-	1.342	8,235	-	-	-	-	-	-	-	-	21.365	28,878
1982/81	9.534	12,504	-	-	1.858	18,208	-	-	-	-	-	-	-	-	11.139	30,712
1983/82	8.738	13,088	-	-	1.351	7,093	-	-	-	-	-	-	-	-	10.091	22,993
1984/83	-	-	4	0,010	2.797	20,861	65	0,130	-	-	1.215	1,831	-	-	4.081	22,832
1985/84	-	-	125	0,280	3.308	21,520	17	0,041	-	-	4.094	9,835	-	-	7.485	33,215
1986/85	2.313	5,490	269	0,505	376	1,655	1	0,002	-	-	5.329	14,405	-	-	88.288	22,895
1987/86	3.397	4,560	369	0,859	150	7,26	11	0,049	-	-	1.135	1,639	7	0,017	5.069	8,871

المصدر : ENAFLA: Direction de la Distribution et Regulation du marché

(جدول رقم 37)

تحليل جدول الصادرات :

ترتب الصادرات الجزائرية من حيث أهمية حجمها واستمراريتها على أساس ثلاث مجموعات من المنتجات هي : الحوامض، التمور و أخيرا الخضر. قبل الإستقلال، كانت تتم هذه الصادرات من قبل المعمرين وبعض ملاك الأراضي

الجزائريين و الوكلاء بالعمولة. وبعدها إستمرت إلي غاية 1974/73، حيث بدأت تتقهقر تدريجيا حتى سنة 78-1979. وخلال موسم 1980/1979 إنعدمت هذه الصادرات من الخضر لتعود و تظهر من جديد في شكل كميات متواضعة جدا خلال الموسم 1984/1983؛ وهو الموسم الذي إنخفضت فيه صادرات الحوامض إلى درجة الصفر لتعود للظهورخلال الموسم 1986/1985.

يمكن تفسير ذلك التقهقر إلى الطابع البيروقراطي الذي كان يتميز به تسيير الديوان حيث أشرنا إليه في الفصل السابق بالنسبة للمرحلة قبل 1983 ، وكذلك لحرية أسعار و تسويق منتجات الخضر و الفواكه الذي شرع في تطبيقها عند بداية الثمانينات. و لم يدرك المنتجون مغزاه الحقيقي؛ مما جعل التصدير ياخذ مرتبة ثانوية و التخلي عنه تماما في أحيان أخرى، نظرا لأرتفاع الاسعار بالسوق الوطنية، وانخفاضها بالاسواق الأجنبية، بسب المنافسة الكبيرة بهذه الأخيرة. هذا ما جعل الجزائرالفلاحية تفقد مكانتها بالأسواق الأجنبية. علاوة عن ذلك، نذكر قلة المجهودات التي تبذلها المؤسسة في مجال المحافظة على الشهرة العالمية التي إكتسبها الديوان قبل 1974.

من بين النقائص نذكر غياب التنسيق بين هياكل التوزيع العمومي؛ بالإضافة إلى أن الإنتاج المخصص للتصديرهو خارج عن نطاق المؤسسة، وبالتالي فهي لاتتحكم فيه. غير أن التركيزعليه كان من الممكن أن يسمح للمنتجات الجزائرية أن تدخل أسواقا جديدة باوربا الغربية، غير تلك التقليدية.

أما التمور، فتحتل فيها الجزائرالصدارة من حيث الجودة؛ لذلك فهي لاتجد منافسة شديدة في مجال التصدير الذي استمر دون انقطاع، ولكن بكميات محدودة، بسب التذبذب في الإنتاج أكثر من الصعوبة في التصدير. كما أن إنشاء الديوان الوطني للتمور وانفراده بتسويقها كان له دور في انخفاض الكميات المسوقة منها على مستوى المؤسسة.

مقارنة بين طريقتي عقد البيع النهائي و أ فضل سعر عند تصدير المؤسسة لمنتجات الخضر و الفواكه، خلال سنة 1986.

I ـ الأسعار الصافية المحصلة .

المنتجات Produits	البيع النهائي Vente ferme		البيع بأفضل سعر V.au mieux	
	ف.ف/ كلغ	دج / كلغ	ف.ف / كلغ	دج/ كلغ
Tomates الطماطم	4,79	3,83	3,8	2,30
Oranges برتقال	4,79	3,83	1,60	1,22
Artichauts القرنون	4,79	3,83	2,92	1,88

(جدول رقم 38)

مقارنة العجز بالدينار الجزائري بين عقد البيع النهائي وعقد البيع بأفضل سعر

المنتجات	البيع النهائي				البيع بأفضل سعر			
	س.الإنتاج1	الس. الصافي المحصل 2	مقدار العجز	% العجز	س.الإنتاج 1	الس.الص المحص 2	مقدار العجز	% العجز
الطماطم	6, 99	3, 83	3 ,16	45	7,51	2,30	5,21	69
البرتقال	6,83	3,83	3,00	44	7, 05	1, 22	5,83	83
المتوسط	6,91	3,83	3,11	44,5	7,34	1,80	5,54	76

المصدر: (40- K : LAZREG et M ABDELAZIZ I.N.C Alger 1987 .P40)

(جدول رقم 39)

يبين الجدول رقم (38) أن أسعارالتصدير بالعملة الصعبة، وفق عقد البيع بافضل سعر بصورة عامة ، هي أقل من مثيلاتها في العقد النهائي بالنسبة للمنتجات المشارإليها أعلاه. والسبب يرجع إلى كون أسعارالبيع النهائي تتحدد وفق أسعار (FOB) ، حيث بواسطتها يتم تحصيل مقداربيع السلعة بكامله؛ وهي عبارة عن أسعار معفية من النفقات المتعلقة بالعمليات لإيصال المنتوج للزبون بالخارج . في حين أن أسعار عقد البيع بافضل سعر تتحدد وفق (CAF) حيث تتضمن تلك النفقات.

يبين الجدول رقم (39) إختلافا في سعر الإنتاج بالنسبة للمنتوج الواحد، في كلا النظامين، نظرا لتغيره من عملية مبادلة لأخرى، حتى خلال نفس الفصل. هناك مقدارعجز بين سعر الإنتاج والسعر الصافي المحصل عليه في عملية التصدير في كل من نظامي البيع النهائي والبيع بافضل سعر؛ وأن مقدار هذا العجز أكبر في الثاني مما هو عليه في الأول. غير أن نسبة العجزفي كلا النظامين تتجاوز45 ٪ ؛ في حين أن المساعدة الممنوحة من قبل الدولة لتشجيع صادرات الخضر و الفواكه لا تتجاوز 30 ٪ .

تقييم تنظيم توزيع الجملة في ظل حرية السوق

خلال المرحلة 1990/1980

إن تقييم وضعية تنظيم توزيع الجملة في ظل حرية السوق تتطلب منا تقييم الوضعية عند المنبع، على مستوى الإنتاج. وعليه، يمكن القول أنه إذا كان قرار1982/04/27 قد حررنشاط المنتجين في مجال تسويق منتجاتهم، إلا أن الإنتاج بقي يعاني من صعوبات في مجال مدخلات العملية الإنتاجية، والمتعلقة بالتموّن بالبذور ، مواد الوقاية النباتية، الأسمدة، العتاد، وقطع الغيار، حيث تتميز تلك المواد بالندرة وارتفاع في الأسعار، نظرا لكون مؤسسات إنتاج التموين الفلاحي هي الأخرى تتمتع بالإستقلال الذاتي في التسيير؛ وقد تعاني هي الأخرى من ارتفاع في تكاليف إنتاجها، خاصة وأن بعضها يستورد جانبا من مواده الأولية أو منتجاته النهائية من الخارج. لذلك ، نجدها تعاني من الضائقة المالية و عاجزة على مساعدة وحدات الإنتاج الإشتراكي. ويتضح أن التسيير الفعال يتطلب إمكانيات مالية كافية، لا تتوفر عليها المؤسسة، خاصة وحدات الإنتاج الإشتراكي المجزأة نظرا لكون العلاقة مع الجهازالمصرفي غيرمرنة في تمويل المواسم الفلاحية للمنتجين. الأمرالذي يجعل هؤلاء يلجأون إلى التعامل مع الوسطاء الخواص، قصد حصولهم على الأموال الضرورية لإتمام عملية الإنتاج، أو قصد تزويدهم بوسائل التموين من السوق الموازية، مقابل التعهد ببيع منتجاتهم لهم باسعارتفضيلية. وقد يجبر المنتج مكرها لشراء تلك المواد باسعارمرتفعة حيث يترتب عن ذلك زيادة في تكاليف الإنتاج، بالإضافة إلى هامش الربح الذي يحصل عليه الوسيط. كل هذا يجعل منتجات الخضر و الفواكه، نظرا لقلتها، تعرض بالأسواق الداخلية باسعار مرتفعة. كما أن الغياب الشبه الكلي لتدخل معاهد البحث والإرشاد الفلاحي قصد تنمية مردود الإنتاج الزراعي من شانه أن يزيد في التكاليف ويقلص من حجم الإنتاج. وبالتالي تظهر المضاربة المفرطة في الأسواق.

لذا يمكن القول أن ممارسة إقتصاد السوق لن تكون مجدية إلا في ظل الوفرة في الإنتاج بتقديم وسائل التموين باسعارتكون في متناول المنتجين من

جهة، والعمل على الزيادة في المردودية الإنتاجية للأرض، من خلال تطبيق الطرق الزراعية الحديثة.

أما تقييم وضعية تنظيم توزيع الجملة بالنسبة للمصب، فعلى مستوى المؤسسة، نجد أن وضعيتها الداخلية تتميز بثقل ديونها التي قد ورثتها عند إنشائها على إثر إعادة هيكلة الديوان الجزائري للخضروالفواكه سنة 1984 والتي كانت على عاتق هذا الأخير؛ ولم تتم تصفيتها لحد الآن، بالرغم من تكليف أحد الخبراء المحاسبين من الشركة الوطنية للمحاسبة بتلك العملية؛ غير أنها لم تسفر على أية نتيجة نظرا للإخلال بعمليات القيد وعدم مطابقتها للقواعد المحاسبية. ومن ثم تعذر غلق الحساب الختامي. . ومن الطبيعي أن إستمرار هذه الوضعية عبر سنوات عديدة لم تسمح بتحديد معايير إقتصادية لنجاعة التسيير في المؤسسة. كذلك، نذكر تداخل سلطات الوصاية. فقانونيا، المؤسسة تخضع لوصاية وزارة التجارة؛ لكن، من خلال نشاطها، تجد نفسها تمارس تطبيق قرارات وزارة الفلاحة التي لاتاخذ بعين الإعتبار ظروف المؤسسة. وما لوزارة التجارة سوى وصاية شكلية . إضافة لهذا، فإن المؤسسة تخضع للقرارالسياسي المفروض من قبل السلطة العمومية بشأن المصلحة الوطنية (أهمية الطابع الإجتماعي و السياسي) بدون مراعاة المردود الإقتصادي.

أما بالنسبة للظروف الخارجية للمؤسسة، فهي تتدخل في سوق المنتجين قصد ضمان تموين نفسها باستمرار على قدم المساواة مع الوسطاء الخواص، دون تمييز. ونظرا للوضعية التي يعيشها المنتجون نتيجة لتجزئة وحدات الإنتاج، فمن الصعب أن تحرز على عقود تتضمن كمية كافية للتموّن بالمنتجات باسعار مكافئة للمؤسسة، نظرا لكون الوسطاء يستحوذون على غالبية الإنتاج الذي يكون الطلب عليه شديدا، ومن ثم التحكم في أسعاره؛ ثم أن غالبية هؤلاء الوسطاء يعملون في غياب أية مراقبة إدارية . تجعلهم . يلتزمون بدفع الضرائب و لا لمراقبة الأسعار ونشاطهم التجاري. في حين أن المؤسسة تتدخل من تلقاء نفسها لتنفيذ عقودها مع المنتجين ، و تعتبر نفسها مكلفة بضبط وتنظيم السوق الداخلية. ففي حالة الوفرة في الإنتاج، تتدخل لشراءالمنتجات من الفلاحين والتي لم تجد طلبا عليهابهدف مساعدتهم على الإستمرار في العملية الإنتاجية؛ وقد يتم بيعها من طرف المؤسسة باسعار أقل من أسعار الشراء؛ و أحيانا لم تفلح في بيعها إطلاقا. ذلك ما يؤدي إلى خسارة مالية، كان من المفروض أنها تعوض من قبل الدولة في إطار مايسمى بصندوق التعويضات؛ لكن ذلك لم يحدث.

إن المساعدة المقدمة للمنتجين من طرف المؤسسة كانت تتم على حسابها؛ مما زاد من تدهور وضعيتها ، بالإضافة إلى عجزها المالي الذي بلغ خمسة و عشرون (25) مليارسنتيم. ويصرح المسؤول المالي بأن المؤسسة لم تتمكن من دفع أجور مستخدميها خلال السنة الماضية إلا بعد مفاوضات مع البنك قصد منح قروض لهذا الغرض.

و من المشاكل التي تعاني منها المؤسسة، نجد المنافسة غير المتكافئة للوسطاء الخواص بممارستهم للعمليات التجارية غيرالشرعية بشراء المنتجات في الحقل والتكفل بجنيها؛ وهي عمليات لايمكن للمؤسسة القيام بها، بل وتعتبر ممنوعة أصلا. ويذهب الوسطاء الخواص إلى حد ممارسة نشاط الإ نتاج بتأجيرالأراضي الزراعية للمنتجات الأكثر مردودية تجاريا، على حساب المنتجات ذات الإستهلاك الواسع. وأن استحواذ الوسطاء الخواص على حلقتي الإنتاج والتوزيع يجعلهم يتحكمون في آلية الأسعاربدون منازع؛ وبالتالي لامجال لمنافستهم من قبل المؤسسة. هذه الأخيرة تحاول كسب ثقة المنتجين من خلال دعم عملياتهم الإنتاجية بتقديم لهم البذور على سبيل المثال، عند بداية الموسم وتوفير لهم وسائل التعبئة والنقل وغيرها بمناسبة تصريف تلك المنتجات.

خلاصة الفصل السادس

إن موضوع الفصل السادس يتعلق بتنظيم توزيع الجملة للخضر و الفواكه خلال المرحلة 1990/80 . وقد تناولنا في البداية الأسباب والدوافع التي أدت إلى العودة للعمل بقوانين السوق في مجال توزيع الخضروالفواكه، بعد اقتناع السياسيين بعدم نجاعة القوانين الإدارية. فكان قرار وزارة الفلاحةرقم 428-16 الصادر في 1980/07/16 بمثابة مرحلة إنتقالية؛ و أهم ماجاء فيه هو إنشاء وظيفة وسطاءالجمع والتسليم (Collecteurs Livreurs) على مستوى البلدية، باعتبارهم متعاملين خواص في تجارة الجملة للخضر و الفواكه إلى جانب أجهزة التنظيم الإشتراكي، الديوان الجزائري للخضر و الفواكه، والتعاونية الولائية للخضر و الفواكه، بعد إقصاء التعاونية الفلاحية البلدية (CAPCS) من نشاط التوزيع .

كان لهذا القرار آثارا إيجابية، ساهمت في تحسين وضعية الإنتاج والتوزيع معا؛ إذ أصبح لمنتجي القطاع الإشتراكي حرية في التعاقد عند بيع منتجاتهم، ومكافاة أفضل لعملهم، وحركة مرنة للمنتجات؛ وصار قطاع التوزيع الإشتراكي يتسم بحرية وديناميكية أحسن إذ يعمل في إطارتنافسي مع القطاع الخاص.

كما كانت لإجراءات هذا القرارآثارا سلبية، إذ لم تكن لتتضمن على ضوابط تنظيمية لطريقة توزيع وحدات الإنتاج الإشتراكي؛ فراحت تمارس البيع في الحقل، بل وتتنازل عن بعض العمليات الزراعية. كالجني وغيرها لصالح المشتري في الحقل؛ مما ترتب عنه ممارسات مضاربية، كبيع المنتوج وهو في الحقل عدة مرات وغيرها، أدت إلى الإرتفاع في الأسعار.

من ذلك صدر قرار مابين الوزارات في 1982/04/27 لتصحيح الوضع، بتحديد مهام المتعاملين في نشاط التوزيع في إطارتحريرالسوق أي الديوان الجزائري للخضروالفواكه، والتعاونيات الولائية؛ في حين بقيت مهام وسطاء الجمع والتسليم على حالها. كما جاء بإجراءات تخص طبيعة المنتجات محل التبادل. ويميز ثلاث مجموعات من المنتجات، منها ذات طبيعة إستراتيجية، وفصلية من غير طبيعة إستراتيجية، وأخيرا منتجات مبكرة.

من نتائج الإجراءات التطبيقية لإعادة إصلاح تنظيم التسويق الشامل، أن ازداد عدد وسطاء الجمع و التسليم بمختلف فئاتهم، إنخفاض نشاط الديوان، ثم شيوع تطبيق ممارسة إرتفاع الأسعار؛ الامرالذي أدى إلى إعادة النظرفي تنظيم الديوان الجزائري للخضر والفواكه في 1983، حيث إنبثقت عنه المؤسسة الوطنية للتموين بالفواكه والخضر وتوفيرها بانتظام "ENAFLA".

لقد إقتصرت المؤسسة في نشاطها على جانب فقط من توزيع الجملة للخضر والفواكه على مستوى السوق الوطنية، وضمان انتظام توفيرها، من خلال إحتكارها لعمليات الإستيراد والتصدير بالنسبة للمنتجات الإستراتيجية منها، خاصة في المرحلة الأولى من إنشائها.

تطورت المؤسسة فيما بعد على مستوى تنظيم هياكلها وعلاقاتها بإعادة تسيير وحداتها التي أصبحت تتمتع بنوع من الإستقلالية، بعيدة عن التسيير البيروقراطي من قبل المركز؛ تبرم العقود مع وحدات الإنتاج الإشتراكي والخاص بكل حرية.

و نشير إلى أن حجم الإنتاج الوطني الإجمالي من الخضروالفواكه قدر بثلاثة ملايين طنا سنويا؛ تشارك المؤسسة في توزيع 250 ألف طنا منه، أي حوالي 8 ٪، وهي نسبة محدودة، لاتمكنها باي حال من الاحوال من التحكم في ضبط وانتظام السوق الوطنية. ثم أن المؤسسة عند قيامها بعملية التموّن بالمنتجات، فإنها أصبحت تقوم بذلك على أساس المنتجات الاكثر مكافاة، وليس اعتبارا لإستراتيجيتها. مما جعلها غير قادرة على تشكيل مخزونات هامة من تلك المنتجات الإستراتيجية؛ وبالتالي يظهر ضعفها في التاثير على تعديل الأسعار وانتظام السوق. ذلك ما سمح لوسطاء الجمع والتسليم من إحلالهم محل الأجهزة العمومية للتوزيع دون منازع.

أما تحليل تطورالكميات المستوردة بقصد ضبط وإنتظام وفرة المنتجات بالسوق الوطنية، فإن الإحصائيات تبين أن هناك أربع منتجات إستراتيجية ذات إستهلاك واسع، تحتل فيها البطاطس الصدارة، حيث استمرت الواردات منها بين ارتفاع وانخفاض إلى غاية 1985 لتتوقف تماما إبتداء من 1986بسبب إزدياد الإنتاج الوطني.

بالنسبة للتصدير نرى أن طبيعة المناخ المتغيّرة من أقصى الشمال إلى الجنوب توفر إمكانيات هامة لإنتاج الخضر و الفواكه على مدى فصول السنة. بالإضافة إلى استخدام الزراعة المغطاة، فإن إستغلالها سمح من دون شك

لمنتجاتنا باسترجاع مكانتها في أسواق عالمية كانت في السابق تموِن بالمنتجات الجزائرية إلى غاية 1975/74 .

وفي معرض تحليلنا لجدول الصادرات ، قلنا أن الأمر يتعلق بثلاث مجموعات من المنتجات : الحوامض، التمور، ثم الخضر. وأن صادراتها إستمرت بعد الإستقلال بكميات هامة، لاسيما منها الحوامض؛ وقد بقيت على نفس الوتيرة إلى غاية 1974/73 حيث بدأت تعرف تراجعا تدريجيا، إستمر إلي غاية 1979/78 حينها إنعدمت تماما الصادرات من الخضر؛ غير أنها عادت للظهورمن جديد بكميات متواضعة خلال الموسم 1984/83. وقد توقفت آنذاك صادرات الحوامض، لتظهرمن جديد في موسم 1986/85. إن ذلك التقهقر يرجع بصورة عامة إلي سوء تسيير الديوان قبل 1983، وكذلك إلى حرية السوق التي شرع في تطبيقها بداية من الثمانينات؛ ماجعل عملية التصديرتحتل مرتبة ثانوية، والتخلي عنها في أحيان أخرى، نظرا لإرتفاع الأسعاربالسوق الوطنية. الأمرالذي جعل الجزائرتفقد مكانتها بالأسواق الأجنبية التي كانت تحتلها قبل سنة 1974.

إن قرار1982/04/27 حررنشاط المنتجين في تسويق منتجاتهم إلا أن العملية . الإنتاجية بقيت تعاني من صعوبات في المدخلات كالبذور، الاسمدة وغيرها، حيث ندرتها جعلت أسعارها مرتفعة ؛ يتطلب الحصول عليها إمكانيات مالية لا تتوفر عليها وحدات الإنتاج الإشتراكي المجزأة. ونظرا لقلة مرونة الجهازالمصرفي في مجال تمويل المواسم الفلاحية للمنتجين، فإن هؤلاء يلجاون إلى التعامل مع الوسطاء. الخواص حيث. لديهم الإستعداد في تقديم لهم الاموال الضرورية وغيرها من مستلزمات لإتمام العملية الإنتاجية، مقابل التعهد ببيع منتجاتهم لهم بعد نضجها باسعارتفضيلية.

وفي اعتقادنا، أن ممارسة إقتصاد السوق لايمكن أن يتحقق إلا في ظل الوفرة في الإنتاج؛ ويكون ذلك بتقديم وسائل التموين باسعار معقولة والعمل من أجل الزيادة في المردودية الإنتاجية للأرض من خلال تطبيق الطرق الزراعية الحديثة التي تتطلب وجود معاهد زراعية متخصصة.

من جهة أخرى، فإن الوضعية الداخلية للمؤسسة قد تميزت بثقل ديونها التي ورثتها عند إنشائها على إثر إعادة هيكلة الديوان المنبثقة عنه في 1984 حيث لم يتم تطهيرها، بالرغم من إنتداب خبير محاسب من طرف الشركة الوطنية للمحاسبة، نظرا للإخلال بعمليات القيد وعدم مطابقتها للقواعد

المحاسبية. علاوة على هذا العائق، هنالك التاثير السلبي لتداخل سلطات الوصاية، إذ نلاحظ أن المؤسسة تخضع لوصاية وزارة التجارة، لكن في ممارسة نشاطها تجد نفسها تمارس تطبيق قرارات وزارة الفلاحة. و أكثر من ذلك، فإنها تخضع أيضا لقرارات سياسية تفرضها عليها السلطة العمومية فيما يخص العمليات ذات المصلحة الوطنية، بدون مراعاة المردودية الإقتصادية.

أما بالنسبة للظروف الخارجية المؤثرة على نشاط المؤسسة في إطارحرية السوق، فهي تتدخل لدى العديد من المنتجين نظرا لتجزئة وحدات الإنتاج على إثر إعادة الهيكلة. لذلك يكون من الصعب الحصول على عقود تتضمن كميات كافية من المنتجات، نظرا لاستحواذ الوسطاء على غالبية الإنتاج الذي يكون عليه الطلب شديدا؛ كما أن غالبية هؤلاء الوسطاء يعملون في غياب أية مراقبة إدارية تجعلهم يلتزمون بدفع الضرائب، ولا يخضعون للمراقبة في ممارسة نشاطهم التجاري.

و من الممارسات غير الملمة بمصلحة المؤسسة، أنها في حالة الوفرة في الإنتاج، تتدخل باعتبارها مكلفة بضبط وانتظام السوق الداخلية، لشراء المنتجات التي لم تلق طلبا عليها، بسعر أدنى، بغرض مساعدة المنتجين على الإستمرار في العملية الإنتاجية والتي يمكن بيعها فيما بعد باسعارأقل، أو أنها لاتتمكن من بيعها إطلاقا. مما يؤدي إلى خسارة مالية أكيدة، حيث من المفروض أن تعوض من قبل الدولة في إطار صندوق التعويضات، غير أن ذلك لم يتم تماما.

كما تواجه المؤسسة صعوبات في التمويل من طرف البنك، لان هذا الأخير له طابع تجاري، و يمتنع عن تمويل العمليات التي لا تدر ربحا حقيقيا.

كما أن ممارسة الوسطاء الخواص لعمليات تجارية غير شرعية بشراء المنتجات في الحقل، بل وحتى ممارسة نشاط الإنتاج بتاجير الأراضي و زرع المنتجات الأكثر مردودية تجاريا على حساب المنتجات ذات الإستهلاك الواسع جعلهم يتحكمون في آلية الأسعاربدون منازع؛ وبالتالي لايمكن منافستهم من قبل المؤسسة. لذا تحاول هذه الأخيرة كسب ثقة المنتجين من خلال محاولة تموين عملياتهم الإنتاجية، وتوفير لهم وسائل التعبئة و النقل وغيرها بمناسبة تصريف تلك المنتجات.

خاتمة البحث

إن دراسة المراحل التنظيمية لتوزيع الجملة للخضروالفواكه في الجزائر منذ الأستقلال تستدعي توفر مجموعة من الأدوات التحليلية، التي تستخدم في عرض المشكلة المدروسة من خلال تتبع المراحل التنظيمية ومعرفة تطورها والنتائج المستخلصة منها.

لذلك قمنا بتحديد الإطارالنظري العام لموضوعنا هذا، باستخدام منهجية النظرية العامة للأنظمة في تحليل أي نظام، فتطرقنا إلى بعض المفاهيم الأساسية لها، والتطور الذي عرفته والمجالات التي أصبحت تشملها.

وقد وجدنا أن نشاط التوزيع حلقة أساسية في النشاط الإقتصادي يتشكل في إطارهيكل منظم، ويتكون من مزيج من العناصرالماديةوالبشريةوالتنظيمية تعمل في نسق مترابط وفق شروط تنظيمية تجعل منه جهازا منظما يعرف بنظام التوزيع.

فنظام التوزيع ينشأ من أجل تحقيق أهداف معينة، وفق بنية تتكون من عناصر تعرف بقنوات التوزيع، تربطها مجموعة من العلاقات من خلال المتعاملين فيها، وكذلك من خلال ممارسة هؤلاءلنشاطهم بتحديد إتجاه سيره، وعلى أساس ذلك يمكن تقييم هذا النظام .

وحيث أن حلقة توزيع الجملة هي صورة مصغرة لنظام التوزيع، لذلك فهي تنطبق عليهاصفة النظام بكل أبعاده .

إن دراستنا لموضوع توزيع الجملة للخضروالفواكه في الجزائرقد بينت لنا أنه منذ الأستقلال الى غاية 1974 وهو يعمل بتنظيمين متميزين :

أ- أحدهمامستمدا قوة وجوده وفعاليته، من خلال التنظيم القائم عليه، وتمتازعلاقات المتعاملين فيه بالوضوح ، والإستقرار، ألا وهو النظام الخاص حيث تمثل السوق المركزية "بلكور" أفضل نموذج له ، من حيث جدية قواعد التنظيم الداخلي واحترام تطبيقها، وكذلك من خلال أهمية حجم التدفقات السلعية من المنبع إلى المصب، وصرامة مراقبة شرعية المعاملات التجارية فيها، وهي سوق كانت قائمة قبل الإستقلال واستمرت بنفس التنظيم وطرق العمل إلى غاية 1974.

ب - ثانيهما مستمدا وجوده من قوة السلطة الإدارية المشرفة عليه، وهو تنظيم يتميزبالهشاشة وعدم الأستقرارفي هياكله بسبب التسييرالبيروقراطي ويتمثل في النظام الأشتراكي .

ولقد ظل هذين النظامين يعملان بشكل متواز بطريقة تنافسية كبيرة كادت أن تطيح بالنظام الإشتراكي في العديد من المرات، واستمرت تلك الوضعية الى غاية 1974.

ورغبة منها في رد الأعتبارللنظام الإشتراكي للتوزيع والنهوض به من خلال تكامله مع الإنتاج الإشتراكي، عمدت السلطات السياسية إلى وضع حد لنظام توزيع الجملة بصورة نهائية، الأمر الذي ترتب عنه نشوء ظاهرة الأحتكار لأول مرة من قبل النظام الأشتراكي .

إن نشأة تنظيم توزيع الجملة الإشتراكي للخضروالفواكه غداة الإستقلال والإصلاحات التي طرأت عليه فيما بعد إلى غاية1969، لم تكن في الحقيقة سوى إصلاحات شكلية كان يحاول فيها المسؤولون تغيير هيكل بآخر قصد إيجاد حلول ظرفية عندما تزداد حدة مشاكل التوزيع لديهم . وعلى الأقل كانت تعتبر مرحلة تجربة لابد من المرور بها للوصول إلى إرساء قواعد التنظيم الإشتراكي في مجال التوزيع، وهي مرحلة مهدت لإنشاء الديوان الجزائري للخضر والفواكه سنة 1969 .

إن نشأة هذا الديوان كانت عبارة عن حدوث تغير جدي في تنظيم التوزيع الإشتراكي يتميز تنظيمه بوجود هياكل متخصصة، وتقسيم للعمل بالإضافة إلى انتشارها الواسع على المستوى الوطني .

لكن هياكل الديوان هذه لم تستطع أن تلعب دورهابفعالية نتيجة الصعوبات التي أفرزتها الممارسة العملية، مما أدى بالسلطات إلى إعادة النظر في تنظيم توزيع الجملة بصورة جذرية، وهو ما ترتب عنه بناء هياكل جديدة لتسويق التنظيم الأشتراكي في سنة 1974 في إطار شامل .

فهذا التنظيم صار يتميز بأهداف جديدة ذات طابع إقتصادي واجتماعي وسياسي متميزة من شأنها أن تعطي الأولويةلتلبية حاجات أفراد المجتمع ، ثم التصدير فيما بعد.

كما يهدف إلي تشجيع المنتجين بالإستمرار في الإنتاج بتقديمه لهم أسعارا مكافئة، وكذلك إلى حفظ القدرة الشرائية للمستهلكين .

ومن أجل تحقيق هذه الأهداف فقد تم إشراك السلطات السياسية والمحلية في إنجاز جميع العمليات المتعلقة بنشاط التسويق ضمن نظام حكومي

وتعاوني يعملان وفق مستويات ثلاثة من أسفل إلى أعلى :

- التعاونيات الفلاحية البلدية المتعددة الخدمات " CAPCS "على المستوى البلدي .
- التعاونيات الولائية للخضروالفواكه "COFEL "على المستوى الولائي.
- وأخيرا الديوان الجزائري للخضروالفواكه OFLA على المستوى الوطني.

وهذا بعد وضع حد لنظام توزيع الجملة الخاص بصورة رسمية، بعد اقتناع المسؤولين السياسيين بضرورة تكامل الإنتاج الأشتراكي مع التوزيع الإشتراكي .

إن إنشاء التعاونية الولائية للخضروالفواكه "لولاية الجزائر" في أكتوبر 1974، على إثر تحويل جميع الهياكل التي كانت تابعة للسوق المركزية بـ" بلكور" إلى هذه التعاونية، التي تعتبر من أهم التعاونيات على المستوى الوطني. فإن مقارنة الفعالية الأقتصادية فيها من خلال تعاملها بالمنتجات مع ما تم بالسوق المركزية، فإن الأحصائيات تشير إلى أن هناك ميل للأنخفاض بداية من 1974.

فهذ الإنخفاض يرجع إلى قدرة وسطاء القطاع الخاص الذين كانوا يشتغلون ضمن السوق المركزية ورفضوا الأندماج بالتعاونية، واستمروا ينافسونها من خارج محيط بنائها علاو ة عن العلاقات بين هياكل النظام التعاوني التي كانت تتميز بقلة المرونة وفق اطروحتين مختلفتين:

- فبالنسبة للتعاونيات الولائية "COFEL " ترى أن تصرف التعاونيات الفلاحية البلدية إتجاهها يتميز بالعشوائية، فهي لاتطلبها إلا في الحالة التي يكون فيها عرض المنتجات في السوق أكبر من الطلب عليها، الأمرالذي يصعب تصريفها في هذه الحالة وإبقاء جانب هام منها دون تصريف قد يتعرض للتلف على حساب التعاونية الولائية .

- أما بالنسبة لطرح التعاونيات الفلاحية البلدية "CAPCS "الذي يرى أن التعاونية الولائية لاتسعى في غالب الأحيان إلي رفع جميع الفائض لديها من المنتجات، إلا ذلك القدر الذي تكون له مردودية بالنسبة إليها وهو ما أثر بصورة سلبية على المنتجين أيضا، من خلال عدم إمكانية تصريف التعاونية البلدية لمنتجاتهم .

ولقد تم بعد ذلك تحرير تسويق الجملة للخضروالفواكه، بموجب قرار مابين الوزارات الصادر في 1982/04/27 حيث سمح للوسطاء الخواص بممارسة نشاط

التوزيع بصورة رسمية لأول مرة منذ 1974، لكن دون وضع ضوابط تنظيمية لممارسة نشاط المهنة . وماكان ذلك سوى امتدادللممارسات التي كانت تتم في السوق السوداء للخضر والفواكه، واستمرت هذه الوضعية إلي غاية صدور المرسوم رقم 88-49 الصادر في 1988/03/01 المتضمن تسويق الخضروالفواكه، والذي يحدد القواعد العامة المنظمة لإنشاء سوق الجملة للخضر والفواكه، لكن في غياب كل متابعة تطبيقية له .

مماحدا بكل ولاية فيما بعد بأن تسعى لإنشاء أسواق للجملة، وتحاول الأجتهاد في وضع القواعد التنظيمية لتسييرها، حيث تكلفت بتسييرها البلديات التي تقع بمحيط ترابها .

ونظرا للنقص في التأطير، وخوفا من هروب الوسطاء المتعاملين فيها، فقد تركت وشأنها دون أدنى مراقبة .

يسود هذه الأسواق الآن منافسة إحتكارية، وأصبحت تسيطرعليها فئة محدودة من وسطاء الجمع والتسليم تقبض على نشاط القطاع بصورة محكمة يمكن تسميتهم « ببارونات الخضر والفواكه » إذ بإمكانهم توجيه السوق في الأتجاه الذي يرغبونه .

وعليه لايمكن القول حاليا بوجود نظام خاص لتسويق الجملة للخضر والفواكه في الجزائر.

وأن مايسمى حاليا بأسواق الجملة الخاصة ماهي الا « مراكز لتبادل منتجات الخضروالفواكه » لاغير دون أن تكون لها صفة السوق بالمعنى الأقتصادي للكلمة .

– إن الظروف التي أوجدها تحرير السوق بداية من الثمانينات قد صعبت من نشاط النظام الأشتراكي للتوزيع، مما أدى إلى عادة هيكلة الديوان الجزائري للخضروالفواكه والذي انبثقت عنه المؤسسة الوطنية للتموين بمنتجات الخضروالفواكه وانتظام توفيرها (ENAFLA) في 1983، والتي أصبحت تتميز بتنظيم وتسيير بصورة أفضل من خلال وحداتها المنتشرة عبر التراب الوطني حيث صارت تتمتع بحرية المبادرة والتدخل في السوق الداخلية من أجل ضمان انتظام توفير المنتجات بها . وذلك بفضل تمتعها بنوع من الأستقلالية بعيدة عن التسير البيروقراطي من "المركز" من خلال ابرام العقود مع المنتجين للتموين بالمنتجات .

لكن تحليل نشاط المؤسسة (ENAFLA) يبيّن أنها لاتشارك في تموين السوق الداخلية بالمنتجات الوطنية إلآبحوالي 8٪ من الإنتاج الوطني، وطبعا

فهي نسبة ضئيلة لاتستطيع بواسطتها أن تقوم بمهمتها الأساسية والخاصة بالتحكم في ضبط وانتظام السوق الوطنية .

إن حرية التسويق واشتداد منافسة الخواص لها من خلال ممارستهم غير الشرعية كالشراء في الحقل واحتكار فئة قليل من وسطاء الجمع والتسليم للشراء بالجملة وغيرها. جعل المؤسسة تتكيف مع هذا الوضع حتى تضمن على الأقل لنفسها البقاءولكونها لاتستطيع ممارسة عمليات التوزيع غيرالمشروعة (الشراء في الحقل ، القيام بالعمليات الزراعية وغيرها...) لذلك صارت المؤسسة تحيد عن الأهداف التي أنشئت من أجلها، بأن تسعى لتتمون بالمنتجات ليس على أساس استراتيجيتها، واستهلاكها الواسع ، بل على أساس المردودية الأقتصادية التي تحققها لها هذه المنتجات .

وهو ماجعلها لاتتمكن من تشكيل مخزونات هامة من المنتجات الأستراتيجية وبالتالي ليس بإمكانها التأثير على تعديل الأسعار وانتظام السوق، الأمر الذي زاد في إحلال الوسطاء الخواص، محل اجهزة التوزيع العمومية والسيطرة عليه حاليا .

وهي آخر نتيجة تم استخلاصها من بحثنا هذا، والمستنتجة من تنظيم المؤسسة الوطنية للتموين بمنتجات الخضروالفواكه وتوفير انتظامها (ENAFLA) .

وحاليا وأمام هذهْ الوضعيةالتي تتسم بعدم التنتظيم والفوضى في ممارسة نشاط توزيع الجملة للخضر والفواكه سواء علي المستوى الخاص أوالعمومي.

فإن الأمر يتطلب معالجة مشكلة توزيع الجملة للخضر والفواكه من أساسها وبصورة جذرية، ولا يتأتى ذلك الا بتوفير الظروف المناسبة لبعث قطاع الإنتاج وتطويره حتي يمكن تحقيق الوفرة في الإنتاج باعتبارهاالدعامةالأساسيةلسيادة المنافسة التامة .

إن بلوغ ذلك يتطلب جملة من الإجراءات يمكن الأشارة الى بعضها :

1 – تشجيع المنتجين على الإنتاج وتوجيههم من خلال أسعار مدخلات العملية الإنتاجية وتوفرها باستمرار كالبذور والعتاد وغيرها...، وفق سياسة تخدم الأقتصاد الوطني .

2 – الرفع من القدرة المعرفية للمنتجين، عن طريق الإرشاد الزراعي وجعله في متناولهم.

3 – وضع سياسة عقلانية للقرض الفلاحي . تتوافق والسياسة الأقتصادية الو طنية العامة .

4 – حث المنتجين على الأنخراط في التعاون الفلاحي، قصد تجنبهم مخاطر الكوارث الطبيعية وغيرها .

5 – العمل على إنشاء معارض وطنية من أجل المنافسة بين المنتجين، قصد تشجيعهم على الأبداع في مجال الإنتاج .

وغيرها من الأجراءات التي تساعد على النهوض بقطاع الأنتاج ، وضمان وفرة الأنتاج حتي يتسنى لسوق الجملة من أن يلعب دوره بفعالية في الأقتصاد الوطني من خلال بعث شروط تنظيمية له لتضبط ممارسة المهنة .

إن ذلك يتطلب وضع قوانين تحدد حقوق وواجبات المتعاملين في السوق (عموميين أو خواص) بصورة متساوية، ووضع علاقة مباشرة بين المنتج والسوق، والعمل على تشجيعها بوسائل ترغيبية أو قهرية ، حيث يمنع فيها ممارسة كل أشكال البيع في الحقل وفق السبل المتاحة .

فبالنسبة للمؤسسة الوطنية للتموين بمنتجات الخضروالفواكه وضمان توفيرها (ENAFLA) باعتبار نشاطها له طبيعة استراتيجية يمكن الإبقاء عليها وعلى الأقل في المرحلة الراهنة، حيث يتميز الأقتصاد الوطني بالهشاشة .

فهذه المؤسسة يمكن بعثها من جديد بمحاولة تنقية الشوائب العالقة بها بايجاد مخرج للديون التي تتخبط فيها منذ نشأتها، ومحاولة تغيير أسلوب العمل بها بما يتلاءم وقوانين اقتصاد السوق ، وبتغيير ذهنية المسير ين وتلقينهم الطرق العلمية للتسويق{Marketing} .

وبدون ذلك ستكون مثل المؤسسات التي سبقتها والتي كان مصيرها الزوال . أما بالنسبة لإنشاء أسواق الجملة الخاصة للخضر والفواكه سواء منها ذات طابع وطني أو جهوي، لابد وأن تخضع لمعايير اقتصادية من الواجب التقيد بها والتي من بينها :

– أهمية المنطقة من حيث الإنتاج أو الأستهلاك .
– أن تكون بمواقع سليمة البيئة، عكس ماحدث حاليا بمشروع سوق الجملة للكاليتوس الذي يقع بالقرب من مكان تفريغ القاذورات بوادي السمار .
– أن تتوفر على هياكل بناء مناسبة لممارسة النشاط .
– أن تتوفر على هياكل مساعدة لممارسة المهنة . كمصالح الحماية النباتية ، ومصالح المراقبة، ومصالح البنوك ، ومصالح الأمن وغيرها .
– أن تخضع لقانون داخلي عام، ينظم عمليات المبادلة في صورتها الشرعية ويسير السوق برمتها .

اذن بتنظيم دائرة الإنتاج ، وكذلك دائرة التوزيع في حلقتها الأساسية ،

يمكن بذلك تحقيق المنافسة التامة في أسمى معناها الاقتصادي، وهو ما يسمح بالقضاء على ممارسات بارونات الخضر والفواكه الذين يقومون حاليا بنهش الأقتصاد الوطني من جهة، والقضاء على تقاعس الهيئات الحكومية للتوزيع التي اعتادت التسيير البيروقراطي وعدم المبادرة في ممارسة نشاطها .

مراجع الهوامش

1- MICHEL BRANCIARD Dictionnaire Economique et Social les éditions ouvrières , Paris 1978. p. 488.

2- CHARLES MARTZLOFF Découvrir les systèmes. Edition organisation , Paris 1975. p. 34 - 46 - 47.

3- J. LESOURNE Les systèmes du destin Edition Dalloze Economie , Paris 1976. p. 45.

4- IVAN CHRISTIN Théorie des structures et des systèmes Economique Dalloz Paris 1973. p.3,4.

5- André MARCHAL Système et Structure Economiques P.U.F. Paris 1961. p. 107.

6 د. علي السلمى،تطور الفكر التنظيمي ،وكالة المطبوعا- ت الكويتية ؛ الطبعة الثانية الكويت ، 1980 . ص. 204 .

7- J.LENDREVIE, D. LINDON , R. LAUFER . MERCATOR Théorie et pratique du marketing Dalloz gestion 2éme Edition , Paris 1979. p. 191.

8- J.P. FLIPO , M. BICHERON , X. UAZOUY , G. MARION , G. BENOIST , C. ROCHET Pratique de Direction commerciale Marketing les éditions d'organisation Paris 1981. p. 253, 198.

9- PHILIP COTLER / BERNARD DUBOIS Marketing Management PUBLI-UNION 4éme édition, Paris 1981. p. 401, 19,436.

10- أوسكار لنج الإقتصاد السياسي - دار الطليعة - الطبعة الثانية ، الجزء الأول. ب بيروت 1981 ص. 165 .

11- L.V BERTAllANFFY Théorie générale des systèmes " Traduit par J. Benoist , Chabral Dunod , Paris 1973. p. 45.

12- C. Brosselin , Distribution , croissance et concentration vuibert Pa ris 1981. p. 22

13- منير الحبش ، إقتصاديات التجارة الداخلية في سوريا ، منشورات وزارة الثقافة والإرشاد القومي ،دمشق 1975 ص. 34 .

14-H. Farcy, Distribution des produits agricoles Editions Techniques Paris 1967, Fascicule 1330 . p. 4 . Fascicule 1331, p.3 , p. 6.

15- E. LANGEARD, J. MEYER , Principes et pratiques du marketing P. 4 de France 1977. p. 41.

16- OCDE La Normalisation des fruits et légumes , aspects téchniques et économiques Paris 1970. p. 30.

17- BERNARD YON Marketing Agro-Alimentaire DALLOZ PARIS 1976. p. 197, p.220. et 221.

18- J.C. ABBOT : Ecoulement des F et L Frais vers la région du Golf Percique F.A.O. Oct 1956 d'aprés distribution des produits agricoles Editions techniques 1967 Fascicule 1331. p.5.

19- A. SARNI Le commerce de fruits et légumes . O.P.U. Alger 1984. p. 26 , 25 , 29, 34, 37, 33, 104, 94, 113.

20- Revue statistiques agricoles serie verte M.A.R.A. N° 13 Mai 1972, p. 61, 76, 47, 59, 74, 71, 28.

21- M. DUPUIS Les circuits des fruits et légumes frais dans l'Algerois memoire D.E.S. Institut des Sciences économique U. d'Alger 1965. p. 13.

22- Enquête de consommation M.P.A.T 1979 - 80.

23- S.C.E.T la commercialisation des fruis et légumes dans la région d'Alger Mars 1961.

24- Dupuis Marc les circuits des fruits et légumes frais dans l'Algerois D.E.S Sciences économiques 1965. p. 76, 79, 81, 57.

25- Annuaire de l'Afrique du nord centre National de la recherche scientifique Tome II Aix en Provence 1963. p. 801.

26- Document OFALAC Fevrier 1965.

27- A. Bouzidi Productivité du travail dans l'agriculture Algerienne et problèmes de Commercialisation des produits agricoles CREA 1977. p. 9, 14, 16, 15, 21, 30, 31, 32.

28- D. BENAMRANE Agriculture et Developpement en Algerie SNED Alger 1980. p. 129, 130.

29- EMMANUEL MEYNIER La réforme de la commercialisation interieur des produits agri coles en Afrique 1967. p. 60.

30- S. BEDRANI Agriculture Algerienne depuis 1966. O.P.U. Alger 1981. p. 141.

31- Document ministère du commerce restructuration des fruits et légumes en Algerie 1973. p. 133, 140, 141.

32- Instructuion Presidentielle N° 2701 du 30 Octobre 1972.

33- J.P. FLAMAND formation des prix agricoles , mémoire de D.E.S. Alger 1971. p. 35.

34- S. BEDRANI La politique des prix et des circuits de commercialisation des produits Agricoles depuis 1962. CREA 1977. p. 189.

35- Instruction Présidentielle N° 51 - 76 du 16/01/1976 Portant explication du Rôle de conseils de gestion.

36 - وثيقة الأمانة العامة للجنة الوطنية للثورة الزراعية، المتضمنة تنظيم تسويق الخضر والفواكه الصادرة عن وزارة الفلاحة والثورة الزراعية في ماي 1975 ص 39 ، 10 .

37- Le quotidien EL-MOUDJAHID du 23/12/1981 et du 13/04/1975.

38- Colloque sur l'organisation du marché des F et L du 15 du 17/02/1981 , dans le cadre du projet Alger 77/062. p. 29.

39- Revue Ministère du Commerce " Echanges " , N° 2 Alger septembre 1983. p. 37.

40- K. LAZREG et M. ABDELAZIZ Methode de vente des fruits et légumes à l'exterieur mémoire de fin de stage promotion 1987 Institut National du Commerce d'Alger. p.40.

BIBLIOGRAPHIE. مراجع باللغة الفرنسية

I. Monographies. كتب.

- ABBOT (J.C.) .- Les problèmes de la commercialisation et leurs solutions- . Rome: Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture, 1958.
- BENHORIA (T.).-Economie de l'Algerie.- Paris : F. MASPERO, 1980
- BERNARD (Y.).-Marketing Agro-Alimentaire , Paris, Dalloz 1976.
- BESSAIS (S) .-L'Arme alimentaire .- Paris :Maspero, 1981.
- BOUKHEZAR (O.).-Le rôle des prix dans la planification des ressources.- Alger : O.P.U, 1980.
- BOURGEOIS (E.).- Marché et structure agricoles , La coopérative agricole face aux problèmes de commercialisation.- Paris: Cujas, 1967
- BOURRET-LANDIER (M.).-La commercialisation des produits agricoles.-Paris: Baillière, 1980.
- CHURCHMAN (C.W.).-Qu'est que l'analyse par les systèmes ?.-Paris : Dunod,1974.
- COURBIS (R.).-Les modeles de Prix.-Paris :Dunod, 1977.
- DARMON (R.Y).- Le marketing Fondamental et application .- Paris : 2éme Ed. Mc Graw Hill, 1982.
- DARPOUX (R.) et ROUSSEL (M.).- Marché et prix agricoles.-Paris :Ed. J.B. Baillière , 1972 .
- DAYAN (A.) .- La distribution des biens de consommation. Paris, P.U.P. 1975.
- DAYAN (A.).- Manuel de la distribution (Fonction, structure).-Paris : Edition Or ganisation ,1973.
- DUMENIL (G.).-De la valeur au prix de production.-Paris: Economica,1980.
- FABRE (G).- Concurence, distribution, consommation .- Paris: DALLOZ ,1983 .
- JUSTAU (J .J).- Objectifs et méthodes du marketing Université et Technique - Paris : Dunod,1971.
-KELLY (E.J).- Marketing strategie et fonction .-Paris, DUNOD,1971.
-KOTLER (Ph.) & DUBOIS (P.).-Marketing management.-Paris: Union,1979.

- LANGEARD(E) &MAYER(J.).-Principes et Pratiques du Marketing.-Paris:P.U.F, 1975.
- LELONG (P.).- Les marchés agricoles ,(Que Sais Je).- Paris :P.U.F. 1970
- MARCHAL(J.).-Les mécanismes des prix.-Paris: Ed. Eco.Soci, 1960
- MERCATOR (J.P.).-Théorie et pratique du marketing.-Paris:Dalloz gestion,1979.
-Encyclopedie du marketing.-Théorie du controle du circuit de distribution. Vol V. Distribution. -Paris : Edition Technique ,1977.
-NOGARO (B.).-Les prix agricoles mondiaux et la crise.-Paris. Librairie générale de droit ,1936.
- O.C.D.E.- Commercialisation des produits agricoles et croissance économique.- Paris : O.C.D.E,1970.
- O.C.D.E.-Normalisation Internationale des Emballages des Fruits et Légumes.- Paris : O.C.D.E, 1967.
- PIOTET (J. P.).-Marketing et distribution .-Paris :Dunod, 1970.
- PIOTEVIN (M.).-La distribution concurrentielle et rentabilité. - Paris : Entreprise moderne d'édition , 1986 .
- ROUSSEAU (H.).- Les facteurs d'évolution de la commercialisation des produits agricoles en France .-Paris :Gauthier-Villars, 1966.
- SAUVAGE (A.).-Technique de commercialisation.-Paris:Dunod,1971.
- STIGLER (G.J).- La Théorie des prix.- Paris:D.U.N.O.D, 1972.
- TRACOL (P.Cl.).- Les canaux de distribution.- Paris:Dunod, 1972.
- TRIOLAIRE (G.). - Coût de la distribution et formation des prix.-Paris:Sirey,1965.
- VUIBERT (C. B.).-Distribution croissance et concentration .- Paris : Gestion 1981.

II- THESES.

- BELLOUTI (Ali). La consommation : problèmes théoriques et pratiques -le cas d'Algérie-.
magister , I.S.E d'Alger . 1979 .
- BOUKHEZAR (Omar) : Modèles de formation des prix en vue d'une politique de développement . Thèse d'Etat , I.S.E. d'Alger .1977.

-BOUKRAMI(S.A) : Politiques et structures commerciales de l'Algerie Thèse d'Etat, I.S.E d'Alger .1977.

- BUTZBACH (Alain) : la nature et le rôle du commerce en système capitaliste . D.E.S , Université d'Alger .1970.

- FRAHI (Said) : Production et Commercialisation des produits maraichers de 1970 à 1980, Mémoire de Magiter. I.S.E d'Alger. 1984.

- HAMOUCHE (S.) : Etude Econometrique des consommations alimentaires à partir de Budgets familaux.1979-1980. Mémoire de Magiter , I.S.E d'Alger .1985.

- LE BIGOT (Dominique) : la rémunération du producteur dans l'agriculture Algérienne. D.E.S, Université d'Alger . 1969 .

- SADMI (Ali) : la politique adraire dans le plan de Constantine .D.E.S, I.E.S d'Alger-1975

- SEBAA (Abdellaziz) : Politique de commercialisation des fruits et légumes , Mé moire de Magister. Université d'Alger. 1981 .

III-DOCUMENTS DE TRAVAIL.

- ALGERIE Statistiques : notes sur les Apports aux Halles Centrales des principaux fruits et légumes . Alger . Direction Générale du Plan . 1968

- CREA Cahier N°3 : Politique des prix et des circuits de commercialisation depuis 1962.- Alger, 1977 .

- EL MOUDJAHID Mardi 6 Mai 1986.

- J.O N°39 Decret 76/76 DU 20/04/76 : Fixation des prix d'achat de Fruits et Légumes.-ALGERIE Statistiques Agricole N°3 et 4 et 8 :Commerce exterieur agri cole de l'Algerie 1967

IV-REVUES.

- CHAIER géographique de l'ouest 1981/82 N° 7 et 8 Evolution des structures commerciale des F et L cas COFEL d'oran

- Revue d'études coopératives est-ouest N°4 Paris 1983

- Revue MaghrebDeveloppement N° 63 Alger.1983.

الفهرس

القسم الأول : التحليل النظري

القسم الثاني : التحليل التطبيقي